FONDO NACIONAL AVICOLA

INFORME DE GESTION

ENERO-DICIEMBRE 2021

PROGRAMA ESTUDIOS ECONÓMICOS

INFORME DE GESTIÓN

ENERO – DICIEMBRE 2021

Contenido

1. ACCIONES DIRECTAS DEL DIRECTOR DEL PROGRAMA ECONÓMICO
1.1. GESTIÓN GUBERNAMENTAL
1.2. DIFUSIÓN DEL CONOCIMIENTO
1.2.1 Desarrollo de Webinarios
1.1.1. Formación en alianza Fenavi – FONAV - Sena
1.2. DIFUSIÓN BOLETIN FENAVIQUIN
1.3. DIVULGACIÓN Y PRESENTACIÓN DE INFORMES
1.4. PUBLICACIONES
1.5. SISTEMAS DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

2. COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL AVÍCOLA
2.1. FORMACIÓN Y DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO EN EL SECTOR AVÍCOLA
2.1.1. Formación Continua Especializada
2.1.2. Evaluación de Certificación por Competencias Laborales
2.2. FORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE ACCIONES SECTORIALES
2.2.1. Proyecto Nacional de Formación Complementaria
2.2.2. Formación Titulada
2.3. OTRAS ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS

3. REPRESENTACIÓN INTERNACIONAL
3.1. REQUERIMIENTOS DE REPRESENTACIÓN INTERNACIONAL

4. SISTEMAS DE INFORMACIÓN
4.1. MANTENIMIENTO Y SUMINISTRO DE TECNOLOGÍA

5. SEMINARIOS Y DIVULGACIÓN
5.1. DIVULGACIÓN Y PROMOCIÓN
5.2. PUBLICACIONES PARA AVICULTORES
5.3. RENOVACIONES Y SUSCRIPCIONES

6. CONCEPTOS JURÍDICOS Y GESTION DE ASUNTOS PÚBLICOS
6.1. ASESORÍAS PARA ASUNTOS REGULATORIOS

PROGRAMA ECONÓMICO

ENERO – DICIEMBRE 2021

El Programa Económico de Fenavi – FONAV presenta un resumen de las principales acciones y resultados generados en el año 2021, para el desarrollo y crecimiento económico y social del sector avícola.

1. ACCIONES DIRECTAS DEL DIRECTOR DEL PROGRAMA ECONÓMICO

1.1. GESTIÓN GUBERNAMENTAL

Generar y proponer políticas públicas acordes con la necesidad de la industria avícola, acciones que representan el mayor peso relativo en las actividades desarrolladas por el Director Económico.

Estrategias desarrolladas:

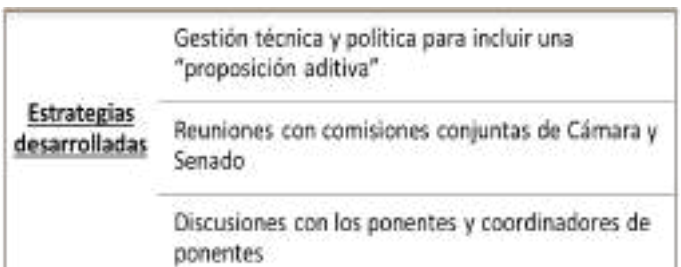
a. Ley de Solidaridad Sostenible



Impacto $47.000 millones al año

IVA

El proyecto de inversión Social o Ley 2151 de 2021 introduce un artículo de especial interés para los productores de bienes exentos (genética, huevos y pollo): literal "c" del Parágrafo 5 del Artículo 855, cuyo requisito debe estar soportado en facturación electrónica



c. El papel de sector financiero en la recuperación de la industria avícola

Como consecuencia de la pandemia, se tuvieron los siguientes inconvenientes:

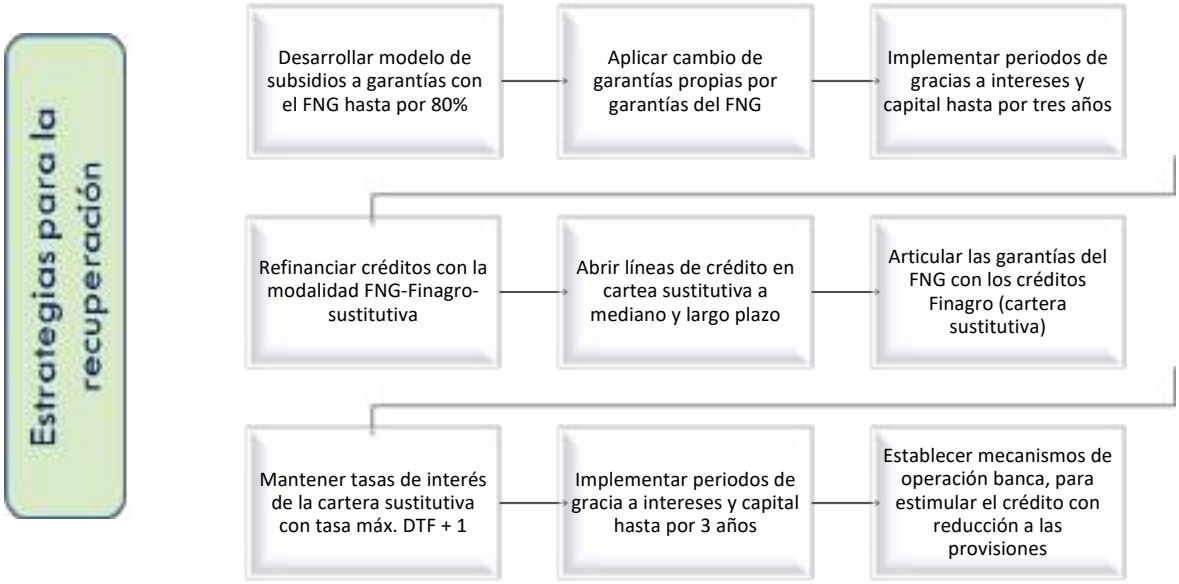
i) Incremento del nivel de riesgo para el sector;

ii) Mayores requerimientos de garantías;

iii) Reducción de cupos de créditos;

iv) Incremento de la tasa de interés.

Motivo por el cual, se presentó al Ministro de Agricultura propuesta del modelo crediticio para afrontar la crisis de la pandemia, con las siguientes estrategias para la recuperación de la industria avícola:



d. Maíz amarillo originario de Estados Unidos

Gestión para que se firme un acuerdo ante la Dian, considerando que el maíz es recolectado, almacenado, comercializado y exportado a granel de los Estados Unidos, en el cual no será necesario incluir en la Certificación de origen información de identificación sobre el productor.

En esta gestión participó Fenavi, otras organizaciones gremiales (como la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, Andi), la Embajada de Colombia en Washington, la

Embajada de Estados Unidos en Colombia, el Ministerio de Comercio, la representante de Comercio de los Estados Unidos y la misma Dian

e. Maíz amarillo UPRA

Gestión para elaborar un plan para que Colombia impulse un modelo de sustitución competitividad de importaciones, como herramienta de apoyo para enfrentar los desafíos que tiene hoy en día el ordenamiento de la producción de la cadena de maíz y así mejorar su desempeño.

Se participó y apoyó en diversas reuniones técnicas con el objetivo de desarrollar un Plan de Ordenamiento Productivo de Maíz, con el cual sustituir importaciones, para lo cual se conformaron mesas de trabajo, con la representación de los productores y la industria importadora de granos.

Al final, se logró que en el documento que está desarrollando el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural se borrara cualquier referencia relacionada con el desmonte del TLC con Estados Unidos, y desde luego, con el restablecimiento del Sistema Andino de Franjas de Precios de la Comunidad Andina (SAFP), o cualquier mecanismo relacionado con absorción de cosechas. En cambio, se pidió hacer énfasis en herramientas de apoyo al sector agrícola bajo el criterio de sustitución competitiva de importaciones.

f. Crédito con garantías

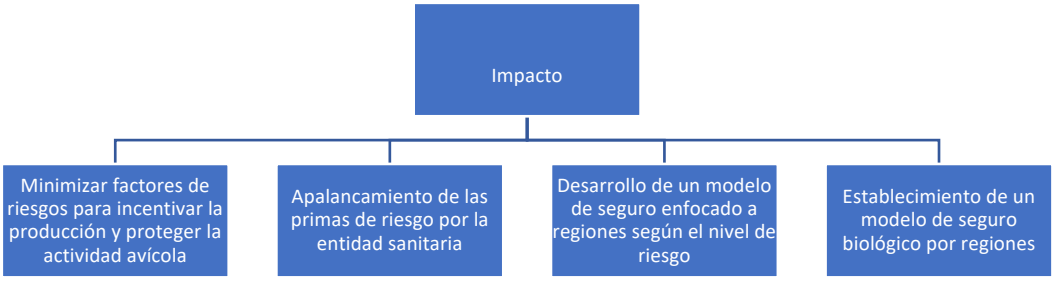
Gestión para la implementación de una estrategia de financiación de apalancamiento financiero para el sector avícola, con el siguiente alcance:

- ✓ Línea de garantía gran empresa, del programa especial de garantías “Unidos por Colombia”. Aplica a empresas agropecuarias.
- ✓ Periodo de gracia de 6 hasta 60 meses para los créditos.
- ✓ Subsidio de 55% a la comisión; el resto, correspondiente, a 1.75%, debe ser asumido por la empresa.
- ✓ Cobertura de la garantía, 60% del saldo insoluto del capital del crédito.
- ✓ Monto máximo de crédito: $392.000 millones. Para medianas empresas, subsidio prima, 55%; cobertura, 70%; garantías créditos, hasta $4.400 millones.
- ✓ Pequeñas empresas: cobertura, 80%; subsidio a prima, 55%; créditos, hasta $2.916 millones.
- ✓ Las empresas deben presentar una disminución de 20% o más de sus ingresos mensuales por actividades ordinarias en algunos de los meses del segundo trimestre

del 2021, en comparación con el promedio simple del primer trimestre del año. Este requerimiento aplica a las grandes empresas.

g. Seguro sanitario avícola

Gestión para implementar un esquema de seguro sanitario por afectación de enfermedades de control oficial, en articulación con los Programas Técnico y Económico; Finagro, ICA, MADR, se diseñó desde la Previsora Seguros una póliza integral, a la medida de las necesidades de la industria avícola.









h. Colombia – Japón: apertura de mercados para el subsector pollo

El Programa de Estudios Económicos trabaja con el Programa Nacional de Pollo en la preparación del camino comercial para la exportación, partiendo del hecho de que Colombia ya cuenta con algunas plantas de proceso de pollo con admisibilidad sanitaria para llegar al mercado japonés.

i. Otras estrategias desarrolladas

	Entidad	Estrategia	Impacto
*	Bolsa Mercantil de Colombia – MNC	Revisión metodología utilizada en el registro de precios de productos avícolas según los registros de facturas	Criterios técnicos de alta confianza estadística, reflejando la realidad del mercado
*	ICA, MADR, MinCit, MinSalud, Invima- P. Técnico, P. Pollo.	Plan de Admisibilidad Sanitaria – Pollo	Gestión de riesgos, para impulsar el libre comercio
*	Finagro- Sac	Primer comité de gremios: Líneas especializadas de crédito – LEC	Financiar actividades productivas con tasas preferenciales
*	MADR- ANDI	Proyecto de ley para establecer el Sistema Nacional de Insumos Agropecuarios	Promover el uso eficiente, competitivo, racional y sostenible de los insumos
*	DIAN	Gestión trámite de devolución del IVA sea lo más expedito posible y ajustado a la norma	Proponer fórmulas para agilizar el proceso a los productores ante la compleja situación de la avicultura
*	Sena	Gestión convocatoria proyecto Formación Continua Especializada 2021	Recursos destinados por $2.434 millones para fortalecer al capital humano del sector avícola
*	MinCit - Dian	Solicitud Desdoblamiento arancelario en el renglón de Pollo	Busca minimizar los riesgos de contrabando técnico
*	Avicultores	Reuniones para analizar las iniciativas de salvamento por la difícil situación que está atravesando el sector por el paro nacional	Buscar medidas a adoptar para aliviar el proceso durante la reactivación de la industria avícola
*	Sector Financiero	Reuniones con entidades bancarias para presentar la coyuntura sectorial avícola y de gestión y apalancamiento financiero	Establecer la confianza sobre el sector

*	Programa Pollo, Económico, Pensiero	Participar en el Plan Estratégico Anticontrabando - Fenavi	Disminuir la comercialización de productos de contrabando avícola
*	SIC	Presentar la difícil situación del mercado de huevo, originada por la cuarentena y paro	Se logró presentar el análisis sobre el efecto Dec507, de las causas del alza del precio del huevo

1.2. DIFUSIÓN DEL CONOCIMIENTO

Se actualizó de manera permanente a los avicultores en temas a la medida de sus necesidades, con el propósito de brindarles herramientas estratégicas y técnicas para mejorar su desempeño, puesto que a través del conocimiento y el aprendizaje de estrategias dirigidas al talento humano se fortalece la productividad y competitividad de la organización y por consiguiente del sector avícola.

De esta manera, se presenta los resultados y el impacto representativo obtenido a nivel nacional en esta importante línea de acción, dedicada exclusivamente a cualificar al capital humano del sector avícola:

Programas Enfocados al Sector Avícola	**Número de Beneficiarios**	**** Inversión FONAV Millones**
*** Formación Estratégica con inversión directa del Programa Económico - FONAV**	2.000	$41.3
Programas en alianza Fenavi - Sena	**Número de beneficiarios**	*** Inversión Sena Millones**
Formación Continua Especializada	4.590	2.540,3
Formación Complementaria oferta alianza Fenavi-Sena	10.630	1.409.9
Formación Complementaria oferta Sena	30.637	4.589.4
Formación Titulada Operario	635	1.020,2
Certificación por Competencias Laborales	1.259	466,2
*** Total personas capacitadas y certificadas en alianza Fenavi Sena**	**47.751**	**$10.026,0 millones**
**** Total Programa Económico y Sena**	**49.751**	**$10.067,3 millones**



1.2.1. Desarrollo de Webinarios

Se desarrolló webinarios, dirigidos a los avicultores del país, con el propósito de actualizar en temas de tendencia, para fortalecer las actividades de trabajo y generar estrategias empresariales.

Dentro de esta acción, se desarrollaron capacitaciones dirigidas a los avicultores del país, cuyos propósitos se centraron en presentar la coyuntura sectorial avícola y capacitar al sector con temas de actualidad, para el fortalecimiento estratégico de la avicultura, igualmente, se desarrolló proyectos de transferencia de conocimiento y tecnología, con el fortalecer las competencias de los instructores Sena que están articulados directamente con los diseños de los programas complementarios buscando mayor pertinencia en la formación del talento humano del sector avícola.

En el marco de las capacitaciones que son misionales del área, el Director del Programa Económico de Fenavi - FONAV fue ponente en diferentes temas especializados, principalmente sobre el análisis de la coyuntura sectorial avícola.

- **Capacitaciones y conferencias en modalidad virtual: 2.000** personas beneficiadas del sector avícola.

Inversión directa del Programa Económico Fenavi – Fonav $41.282.319.

Webinarios Formación Estratégica	Impacto	Personas capacitadas
Comportamiento sector avícola y Perspectivas 2021	Valle	80
Seminario Internacional de Granos	Nacional	130
Coyuntura sectorial avícola en la Banca - Perspectivas 2021	Nacional	365
Sector Pollo y Huevo en la coyuntura actual	Nacional	277

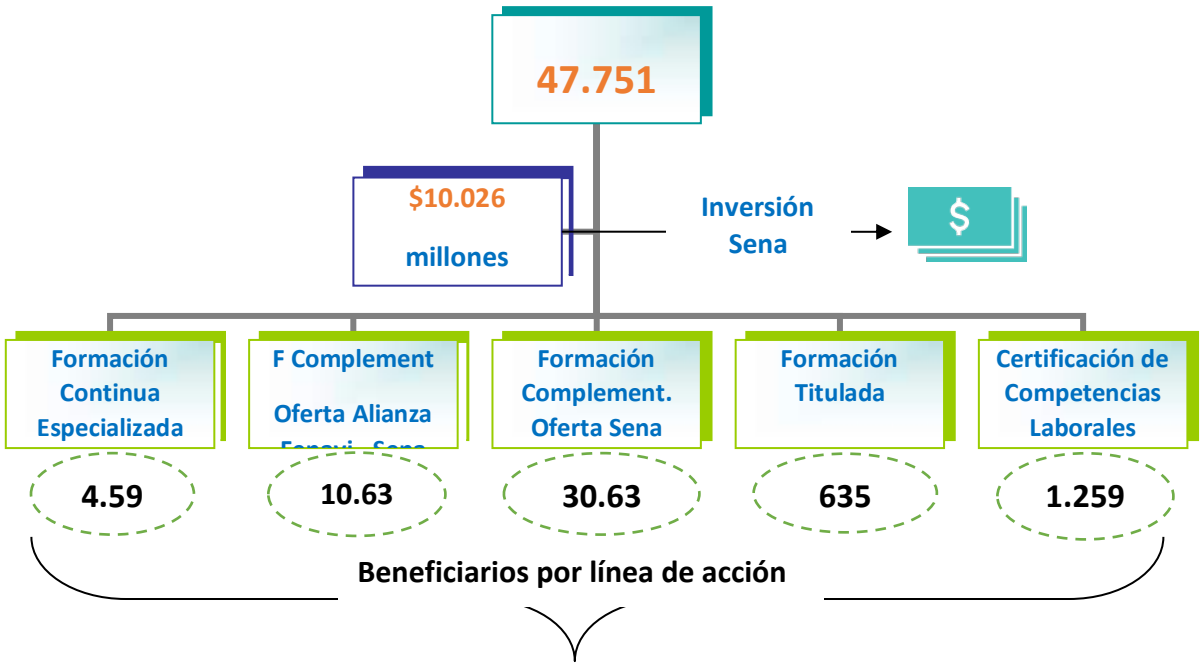
Avicultura en la coyuntura actual y estrategias para la recuperación	Nacional	57
Estrategia gremial para el fortalecimiento avícola	Santander	33
Avicultura en Contexto y Perspectiva	Antioquia	70
Conferencia Descripciones mínimas y casos de contrabando técnico en importaciones de carne de pollo	Costa Atlántica	36
Una mirada macroeconómica del sector Huevo	Nacional	179
Conferencia “Retos de la gerencia en momentos de crisis	Nacional	348
Panel Costos; Acción y Reacción, en el marco del Encuentro Avícola del Pacífico		
Tendencias del Talento Humano 2021 en el Sector Avícola	Nacional	108
Gestión de Talento Humano por competencias, para las empresas del sector avícola	Nacional	59
Bloque Económico Sectorial: - Oportunidades tributarias en IVA - Encasetamiento: resultados y proyecciones 2022 * en el marco de la XIX Jornada Avícola de Antioquia	Nacional	198
Transferencia de Tecnología y Conocimiento en Devolución de IVA y Facturación Electrónica	Nacional	40
Transferencia de Tecnología en Ambientes Controlados y Automatización de Granjas Avícola	Nacional	20
Total personas capacitadas		**2.000**

1.2.2. Formación en alianza Fenavi – FONAV – Sena

Durante el año 2021 se continuó con la transformación en la gestión y apropiación del conocimiento cada más pertinente y con calidad, mediante la articulación exitosa del gremio con el Sena, la cual invirtió **$10.026** millones, en el desarrollo social y técnico de los trabajadores del sector, que permitan lograr una mejora en el rendimiento laboral y actitudinal para contribuir al fortalecimiento de la competitividad empresarial, al progreso social y económico del país, mediante la oferta de programas de formación pertinentes para una avicultura más eficiente, rentable y sostenible.

En este contexto, es importante destacar los resultados obtenidos durante esta vigencia, en términos de personas formadas para mejorar el nivel de productividad y competitividad, a través de la ejecución de los proyectos nacionales de formación y certificación de competencias laborales, desarrollados en alianza con el Sena:

Programas enfocados en el sector avícola



1.3. DIFUSIÓN BOLETIN FENAVIQUIN

Se elaboraron y diseñaron publicaciones altamente especializadas en temas dirigidos con pertinencia para el sector avícola, para difundirlos a los avicultores del país, los cuales contienen:

Análisis macroeconómico como una valiosa herramienta informativa que contiene una mirada en cifras de la actualidad nacional para el sector, cuyo propósito es fomentar el uso de los datos para la producción continua de información y conocimiento, que faciliten la toma de decisiones y el liderazgo sectorial.

Análisis técnicos de producción, para identificar oportunidades y debilidades entre otros, ara conocer como mejoran y afectan al proceso productivo.

Registro de los principales acontecimientos y variaciones más importantes para el sector; se incluye análisis de artículos y/o noticias en tendencia que incidan y comprometan a los avicultores, y demás temas de interés.

Veinticuatro (24) boletines publicados quincenalmente en 2021, incluidos dos (2) ediciones especiales sobre Avicultura en un tiempo especial y Ley de Inversión Social



Temas:

- Actualidad
- Coyuntura
- Política Pública
- Comercio
- Tendencia
- Técnicos
- Formación
- Estadísticas

En marzo, a través del Boletín 327 se presentó los resultados de la evaluación del Fenaviquin realizada por los avicultores:

Calificación

100%

De eficiencia

en el uso de la información

- ✓ produce información de valor y especializada para el sector
- ✓ apoya las decisiones administrativas y gerenciales del negocio avícola

1.4. DIVULGACIÓN Y PRESENTACIÓN DE INFORMES

Se preparó, desarrolló y presentó análisis rigurosos estratégicos y técnicos sobre la coyuntura sectorial avícola, en diferentes escenarios directivos, comités nacionales de los Programas Fenavi – FONAV y al sector en general, con el fin de identificar, formular y analizar las oportunidades y amenazas, así como su aporte en el planteamiento de las estrategias para la toma de decisiones en distintos ámbitos, buscando el fortalecimiento del sector avícola y velando por sus intereses según el marco misional del Programa Económico.

Se destaca que el director del Programa Económico, preparó y presentó la coyuntura sectorial para difusión y aprovechamiento del sector avícola:

- ✓ Comités nacionales y sectoriales
- ✓ Juntas directivas
- ✓ Diferentes escenarios directivos
- ✓ Avicultores
- ✓ Entidades gubernamentales
- ✓ Sector bancario
- ✓ Mesas de análisis y seguimiento de los subsectores pollo y huevo







1.5. PUBLICACIONES

- **Elementos Técnicos sobre el IVA en los bienes exentos. Documento avícola N° 18**



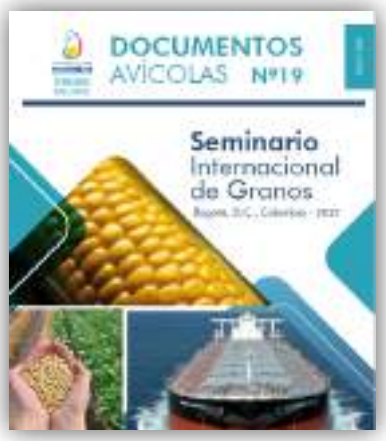
Análisis técnico del tributo termina impactando o no a la población más vulnerable, y que los programas alternativos de compensación tributaria solo tendrían un efecto parcial

- **Artículo en la revista Avicultores de marzo:**

Avicultura: en un tiempo especial, y expectativas sobre la incertidumbre



- **Seminario Internacional de Granos. Documento avícola N° 19**



Memorias: para examinar la situación del Mercado del

- **Talento Humano Principales Retos y Tendencias para el Sector Avícola. Documento avícola N° 20**

Tendencias en el proceso de atracción de talento, procesos de selección y captación de personas en esta nueva era, para el fortalecimiento y desarrollo de las áreas de gestión humana del sector avícola



- **De la Responsabilidad Social Corporativa - RSC a la Creación de Valor Compartido – CVC. Documento avícola N° 21**



Fortalecer la toma de conciencia, en la búsqueda de la coherencia de la RSC, para lograr solidez y consistencia en su implementación en el sector avícola

- **Optimización de las Inversiones a través de Beneficios Tributarios. Documento avícola N° 22**

Cartilla para el sector avícola (empresas y personas naturales), con análisis, formulación, presentación y demás aspectos para tener en cuenta, en la optimización de las inversiones a través de los beneficios tributarios



- **Caracterizaciones Económicas del Sector Avíco**

  - ✓ **Valle del Cauca**
  - ✓ **Cundinamarca**
  - ✓ **Antioquia**

El objetivo es identificar la importancia de la avicultura en la regiones, entendiendo el contexto social y económico de los departamentos. Descripción geográfica, demográfica, social y económica.



1.6. SISTEMAS DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

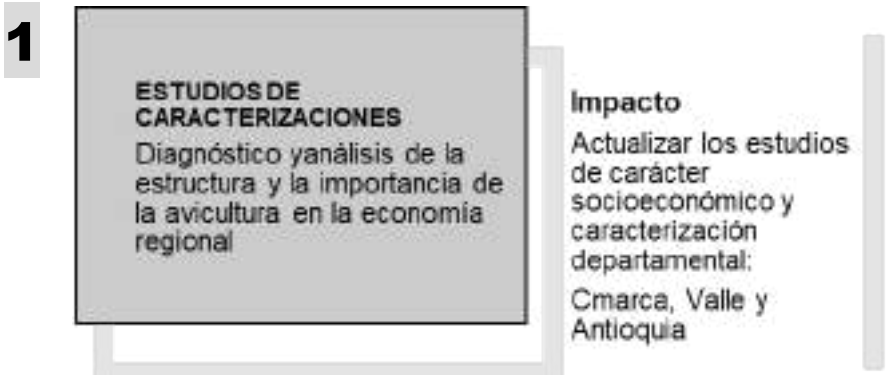
El Programa Económico trabaja en la estructuración, sistematización y análisis de información estadística, que le sirve de soporte a la Federación en la gestión de las políticas públicas y, para las empresas del sector para tener referentes del mercado.

Lo anterior se concreta en: a) la plataforma estadística que ponemos a disposición de todos los actores del encadenamiento avícola; b) el quincenario Fenaviquin, con información especializada y exclusiva para el sector avícola; c) los análisis sectoriales mensuales para la Junta Directiva y los comités de Pollo y Huevo, y d) la publicación de los Documentos Avícolas, que recogen un variado contenido de interés para la industria y actores afines.

Se brindó y publicó oportunamente a los avicultores información relevante y objetiva sobre el comportamiento del mercado, de gran utilidad para la realización de sus negocios.

Se llevó a cabo el análisis de resultados obtenidos en la última medición de la encuesta incAVI, para los sectores Pollo y Huevo.

Se desarrolló importantes proyectos para el análisis y procesamiento de la información estadística para la difusión y aprovechamiento del sector avícola, los cuales se detallan a continuación:



2 **Gestión del conocimiento**



Impacto

- Desarrollo, organización, procesamiento de bases de datos e información económica y estadística
- Mantener a los avicultores mejor informados sobre la evolución de las principales variables del negocio
- Mejorar la toma de decisiones, basadas en
- Generar reportes y tableros de control

3 **Observatorio de contrabando técnico**



Estrategia

Acceso a información sectorial de productos de pollo, de huevos, pollos y gallinas, insumos y maquinaria

Impacto

Consultar las declaraciones de importación y exportación de Colombia y la información de comercio exterior a nivel internacional

2. COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL AVÍCOLA

El presupuesto asignado al Programa de Estudios Económicos en el marco de la competitividad empresarial avícola, apalanca el desarrollo de las diferentes actividades desarrolladas para gestionar los resultados obtenidos dentro del programa.

2.1. FORMACIÓN Y DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO EN LA CADENA DE VALOR DEL SECTOR AVÍCOLA

Objetivo:

Capacitar al talento humano que pertenezca a la cadena productiva, en el desarrollo de estrategias y acciones a la medida de las necesidades del sector, que permitan el mejoramiento de los procesos organizacionales y del negocio avícola, a través del fortalecimiento del capital humano, para aportar a la productividad y competitividad de la industria avícola. Con el apoyo de instituciones educativas especializadas y con nuestro aliado estratégico Sena.

Vigencia:

Enero - Diciembre 2021

Resultados:

Talento humano formado y capacitado de manera pertinente y calificado, como principal recurso para el desarrollo productivo del sector avícola.

En esta línea de acción, el Programa de Estudios Económicos de Fenavi - FONAV trabajó de manera articulada con el sector, la academia, entidades competentes y por supuesto con nuestro aliado estratégico, el Sena, en la construcción de proyectos de formación y certificación pertinentes y coherentes con la realidad del sector.

En este contexto, es importante destacar los resultados obtenidos durante la vigencia 2021, con los proyectos nacionales de formación y certificación, que llegaron a más de **49 mil beneficiarios** pertenecientes a la cadena avícola en todo el país, con una inversión de **$10.067 millones.** Resultados que se describen en el punto **1.2.** Difusión del conocimiento.

Desarrollo y Estado Actual:

2.1.1. Formación Continua Especializada

El contenido de este programa fue diseñado a la medida de las necesidades de las empresas aportantes de parafiscales al Sena, para asegurar así la eficiente ejecución de los recursos en el marco de la Convocatoria Pública DG –1–0001–2021. Oportunidad para fortalecer los conocimientos, con estrategias innovadoras hacia el talento humano, así como del impacto socioeconómico que este genera en esta importante industria avícola.

El Sena, en su evaluación técnica le asignó al proyecto de Fenavi un puntaje de 99.44, con los siguientes factores y resultados:

Resultado evaluación técnica y verificación presupuestal

	Factor a evaluar	Puntaje máximo	Resultado asignado
1	Generalidades del proyecto	14	14
2	Acción de formación	68	65.44
3	Acción de formación dirigida a trabajadores de nivel ocupacional: Alta gerencia	2	2
4	Optimización de recursos	12	12
5	Transferencia de conocimiento y tecnología al SENA	4	4
	Puntaje de la evaluación	**100**	**97.44**
	Bonificación*		2
	Puntaje Final		**99.44**
	Verificación presupuestal	**CUMPLE**	

Para la formulación del proyecto se contó con el apoyo de una asesoría, quien se encargó de realizar la proyección y recolección de información para estructurarlo en conjunto con las empresas y las universidades, para su puesta en marcha a nivel nacional.

A través del folleto de Formación Continua Especializada 2021: se hizo difusión y promoción del programa al sector avícola a nivel nacional





Resultados del proyecto de Formación Continua Especializada

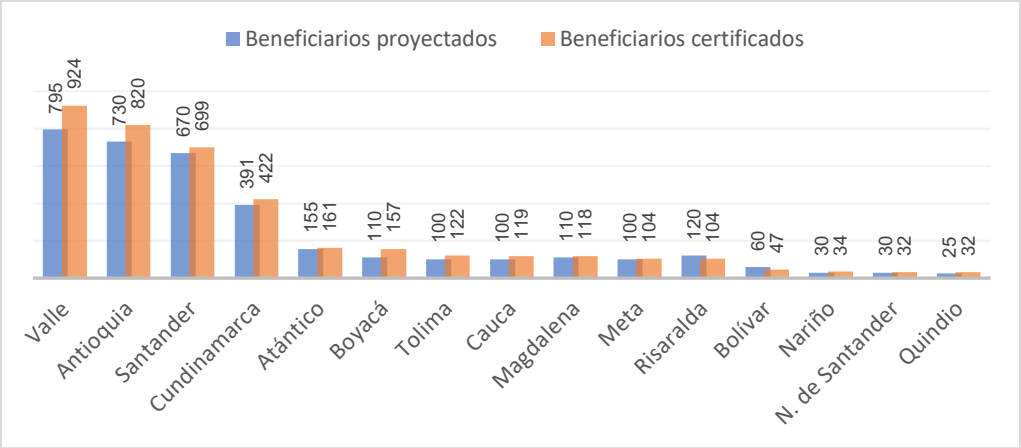
Los resultados de la gestión realizada en la vigencia 2021 del convenio especial de cooperación No. 2542737, se destacan en una ejecución técnica de 110%; el 99,54% de ejecución de los recursos de cofinanciación Sena, y el 99,99% de recursos de contrapartida empresa.

El total ejecutado incluyendo recursos adicionales aportados por la empresa la cuantía del proyecto ascendió a **$2,540,3 millones**, que beneficiaron a **4,590 personas** entre colaboradores de las empresas del sector avícola y comunidad Sena, que lograron expandir sus conocimientos en diversas temáticas administrativas y técnicas, estructuradas en conjunto con Fenavi y entes formadores naciones e internacionales a partir de las necesidades del sector. El desarrollo del proyecto comprendió **15** departamentos del país.

Participaron 6 importantes y destacadas Universidades (Jorge Tadeo Lozano, Sergio Arboleda, Universidad del Norte, CES de Antioquia, Autónoma de Bucaramanga y Tecnológica de Bolívar), 4 entidades consultoras y 1 capacitador nacional, así mismo a nivel internacional 2 expertos Europeos, que apoyaron en la ejecución académica tanto en diplomados, cursos y talleres programados en el proyecto.

El proyecto aprobado proyectaba capacitar a 3.526 personas, finalmente se logró capacitar 3.895 colaboradores de 22 empresas de la cadena avícola en todo el territorio nacional a través de los programas de formación cerrados y algunos abiertos, con lo cual arrojó una ejecución de 110%.

Adicionalmente, en el marco del proyecto se desarrolló la transferencia de tecnología y conocimiento dirigida a la comunidad Sena; por medio de la cual se certificaron **695** personas. **Para un total de 4.590 beneficiarios**. En la gráfica se detallan los beneficiarios proyectados y certificados por Departamento a nivel de empresas:



En el cuadro descrito a continuación, se relacionan las 24 acciones de formación administrativas y técnicas desarrolladas por grupos y total beneficiarios participantes de la cadena avícola:

	No.	Acción de Formación	Grupos	Beneficiarios certificados
ADMINISTRATIVAS	1	Herramientas para la resolución de problemas en la empresa avícola, cliente interno.	33	997
	2	Desarrollo de habilidades para el fortalecimiento comercial en la empresa avícola.	28	833
	3	Implementación de estrategias de dirección de equipos de trabajo para el mejoramiento de la productividad.	16	446
	4	Desarrollo e implementación de estrategias de mercadeo para las empresas del sector avícola	7	191
	5	Desarrollo de habilidades gerenciales en equipos directivos para la empresa avícola	5	122
	6	Estrategias de innovación para el sostenimiento de nuevos modelos de negocio en la empresa avícola.	4	121
	7	Herramientas de gestión comercial internacional a través de la cultura del cliente	3	106
	8	Implementación de herramientas internacionales en digitalización empresarial en la era Post Covid 19.	3	105
	9	Herramientas para la gestión y gerencia de proyectos en la empresa avícola	3	97
	10	Aplicación de técnicas de negociación estratégica como ventaja competitiva para el desarrollo organizacional de la empresa avícola	3	88
	11	Aplicación de herramientas financieras para la administración efectiva de granjas avícolas.	3	70
	12	Herramientas de planificación de la cadena de abastecimiento de la empresa avícola.	2	56
	13	Herramientas para la implementación de técnicas de almacenamiento y distribución de productos avícolas.	1	24
	14	Implementación de sistemas de gestión para el mejoramiento continuo, productividad y competitividad de la organización avícola	1	21
TÉC	15	Verificación y validación del sistema HACCP en la producción avícola	7	159
	16	Ambientes controlados y automatización de granjas avícolas	3	107
	17	Aplicación de conceptos de epidemiología para la prevención, control y erradicación de enfermedades aviares	4	76
	18	Bienestar animal en los sistemas de producción avícola	2	65
	19	BPM y aseguramiento de la calidad	2	61
	20	Toma de decisiones a partir del diagnóstico clínico de patologías aviares.	1	53

NICAS	21	Herramientas para la gestión del riesgo y la calidad en la producción de alimentos avícolas.	1	28
	22	Planificación de proyectos de eficiencia ambiental enfocados a los recursos agua y energía.	1	27
	23	Estrategias para optimización ambiental en los procesos de producción avícola	1	25
	24	Aplicación de planes de muestreo en plantas de beneficio de aves.	1	17
Total			**135**	**3.895**

Transferencia de Conocimiento y Tecnología

Se desarrolló el plan de transferencia 2021, el cual se orientó en brindar los conocimientos y elementos para la implementación y manejo de nuevas tecnologías en granjas de producción avícola, así como 2 temáticas relacionadas con las nuevas configuraciones de la reforma tributaria. Bajo las cuales se beneficiaron 60 instructores Sena con perfiles profesionales articulados con las competencias técnicas y administrativas de los programas complementarios y titulados de la oferta Sena – Fenavi - FONAV.

- ✓ Ambientes Controlados y Automatización de granjas avícolas
- ✓ Actualización Temas Tributarios: Devolución de IVA, Trámite, requisitos, casos de auditoría e investigaciones y Facturación Electrónica

Área de Influencia y Población Beneficiada

Beneficia al sector avícola a nivel nacional, dando cobertura a pequeños, medianos y grandes avicultores interesados en las temáticas y a través de los cuales se fortalecerá la competitividad, los procesos y las mejores prácticas en el sector avícola, a través de formar al talento humano.

Impacto y Conclusiones

Mantener un nivel de formación que genere competitividad, productividad y empleo en el sector avícola en las áreas estratégicas, de soporte y técnicas de la cadena de producción avícola.

2.1.2. Evaluación y Certificación por Competencias Laborales

El Programa de Estudios Económicos, dentro de su radio de acción se emprenden proyectos para contribuir al desarrollo de competencias laborales entre los trabajadores de la industria y potenciar su desempeño laboral en las diferentes ocupaciones productivas y así aportar en la cualificación del talento humano de la industria. Esto en una alianza con el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, la cual se ha ido fortaleciendo año tras año, para desarrollo del proyecto de Evaluación y Certificación de Competencias Laborales del Sector Avícola.

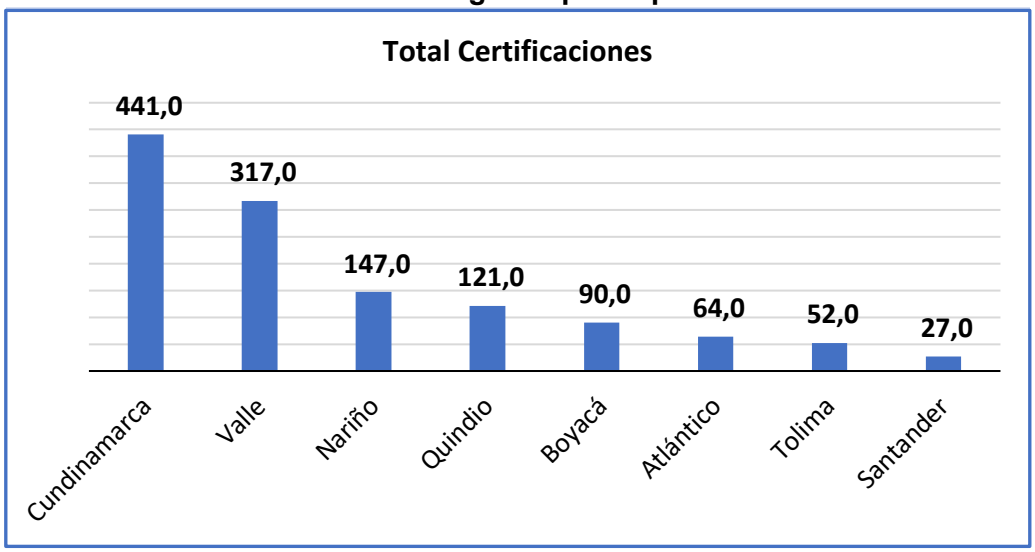
Una vez se consolidaron las necesidades del sector avícola, los diferentes Centros de Formación del Sena priorizaron la atención en el desarrollo de los procesos en cada región avícola vinculada, para ello, se contó con un catálogo de competencias técnicas laborales enfocadas a las áreas misionales de la cadena de producción avícola. Dichos estándares están alineados con base en las funciones ocupacionales del sector y cuyos instrumentos de evaluación permitieron reconocer la experiencia laboral del trabajador en aras de potenciar y fortalecer su desempeño, aportando al crecimiento y desarrollo sostenible del sector.

A continuación, se muestran los logros del Plan Nacional de Evaluación y Certificación por Competencias Laborales en el Sector Avícola, 2021, enmarcado en la Mesa Sectorial Avícola.

En total, se expidieron **1.259** certificaciones en competencias laborales técnicas y transversales a talento humano de veinte empresas de los departamentos de Cundinamarca, Valle del Cauca, Nariño, Quindío, Boyacá, Atlántico, Tolima y Santander.

- Con una inversión del Sena de $466 millones con destino al desarrollo de este proyecto de competencias laborales.

Certificaciones otorgadas por departamento



Se evaluaron competencias técnicas que van directamente relacionadas con el quehacer del proceso productivo, tanto en manejo de granja: pollo de engorde, reproductoras, huevo comercial; planta de incubación y planta de beneficio, así mismo en competencias transversales, con normas enfocadas a inocuidad, calidad de procesamiento de alimentos, mantenimiento, mercadeo, entre otras, las cuales dan soporte a las áreas organizacionales.

De esta forma, ocho fueron las áreas ocupacionales de producción y transversales, incluidas en este esfuerzo de certificación en competencias laborales: granja reproductora, bioseguridad, planta de incubación, inocuidad, granja de pollo de engorde, planta de beneficio, granja de huevo comercial y mercadeo, según el siguiente cuadro.

Talento humano certificado,
según áreas ocupacionales de producción y transversales

Área misional	Total certificaciones
Granja reproductora	431
Bioseguridad	320
Planta de incubación	153
Inocuidad	121
Granja pollo de engorde	120
Planta de beneficio	61
Granja huevo comercial	35
Mercadeo	18
Total	**1.259**

Durante el 2021, se adelantaron actividades de actualización y construcción de normas de competencia laboral, requeridas por el sector avícola, con el fin de evaluar con pertinencia el desempeño del trabajador de esta cadena productiva. A continuación, un resumen de los resultados obtenidos:

- Se actualizaron ocho normas de competencias laborales en dos áreas ocupacionales: planta de incubación y planta de beneficio de pollo, ver el siguiente cuadro.

Área ocupacional	Norma sectorial
Planta de incubación	Almacenar huevos incubables, según procedimiento operativo y normativa
	Asentar huevos incubables, según procedimiento operativo
	Operar máquinas de incubación de huevos, de acuerdo con especificaciones técnicas
	Implementar labores de posnacimiento, según procedimiento técnico y normativa
Planta de beneficio	Sacrificar aves, según procedimiento técnico y normativa sanitaria
	Eviscerar aves, de acuerdo con manual de operación y normativa
	Disponer canales de aves, de acuerdo con requerimiento operativo y normativa
	Despresar canales de aves, de acuerdo con manuales de operaciones y legislación

- Se elaboraron dos nuevas normas relacionadas con la bioseguridad avícola:

  - *Manejar residuos orgánicos según normativa ambiental y de bioseguridad avícola*
  - *Higienizar áreas según normativa de bioseguridad avícola*

♦ Se actualizó la Estructura Funcional de la Ocupación relacionada con el Operario de Planta de Beneficio Animal, herramienta que estandarizó el lenguaje de las funciones que se desempeñan en esa ocupación.

A través del folleto de Evaluación y Certificación de Competencias Laborales 2021 se realizó difusión y promoción del programa al sector avícola a nivel nacional





En el marco de la alianza Sena – Fenavi - FONAV, se desarrolló:

♦ **Reuniones con los Centros Sena de Formación asociados al proyecto nacional de certificación**

Tema	Región	Número de actividades	Modalidad

Comités Técnicos, como estrategia de articulación entre las entidades, para el desarrollo de acciones y fortalecer al talento humano y así comprometerlos con los proyectos regionales dirigidos a los avicultores	Fusagasugá Ibagué Tuluá Bucaramanga Tolima	14	Virtual
Reuniones con empresas avícolas y Centros de Formación Sena, para definir la dinámica de operación y seguimiento del proyecto de certificación	A nivel país	5	Virtual

- **Reuniones con la Mesa Sectorial Avícola del Sena**

Tema	Región	Número de actividades	Modalidad
Consejos Ejecutivos, instancia para el desarrollo de estrategias formativas y de certificación elaboradas a la medida de las necesidades del sector avícola, para el fortalecimiento del talento humano	A nivel nacional	5	Virtual
Mesa técnica para revisión y actualización de los componentes de la norma de competencia sectorial de Bioseguridad avícola	Bogotá Bucaramanga	2	Virtual
Comités de Normalización de Competencias Laborales con expertos del sector avícola, para actualizar normas sectoriales y perfiles ocupacionales	A nivel nacional	13	Virtual

2.2. FORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE ACCIONES SECTORIALES

Objetivo:

Formar a pequeños y medianos avicultores, Desarrollando sinergias para promover la competitividad del sector avícola y el fortalecimiento del capital humano en aspectos relacionados con la productividad y mejoramiento de la industria avícola, buscando el fortalecimiento y la capacitación de este grupo de avicultores.

Vigencia: Enero - Diciembre de 2021

Resultados:

Capacitar a los pequeños y medianos productores sobre los indicadores de seguimiento y control asociados a los planes sanitarios y ambientales.

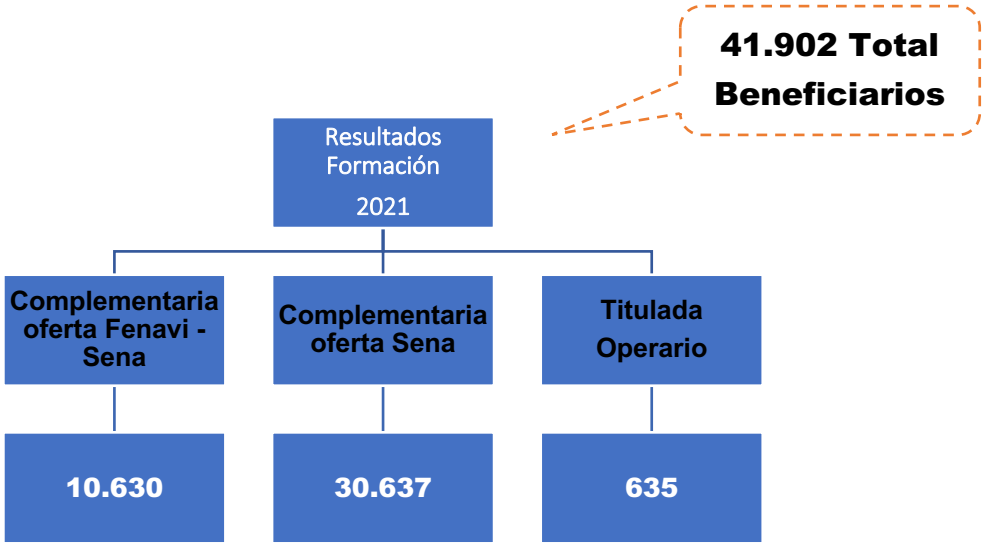
Presentar la normatividad vigente en los temas sanitarios, ambientales, y de bioseguridad presentes en la industria avícola.

Presentar la temática relacionada con el diseño y aplicación de la normatividad ambiental acorde a la unidad de producción y a la zona donde se desarrolla la actividad productiva de la granja.

Capacitar a pequeños y medianos productores respecto a prácticas de bioseguridad, prevención y control de las enfermedades que afectan a las aves; en el manejo de desechos orgánicos, vertimientos y manejo del agua.

Apropiar y actualizar conocimientos para mejorar el nivel de productividad, sostenibilidad y competitividad

2.2.1. Proyecto Nacional de Formación Complementaria



- **Inversión Sena**

NIVEL FORMATIVO	COSTO FORMACIÓN $
Formación Complementaria oferta Fenavi-Sena	1.409.945.480

Formación Complementaria oferta Sena	4.589.443.204
Formación Titulada	1.020.200.504
Total	**$7.019.139.188**

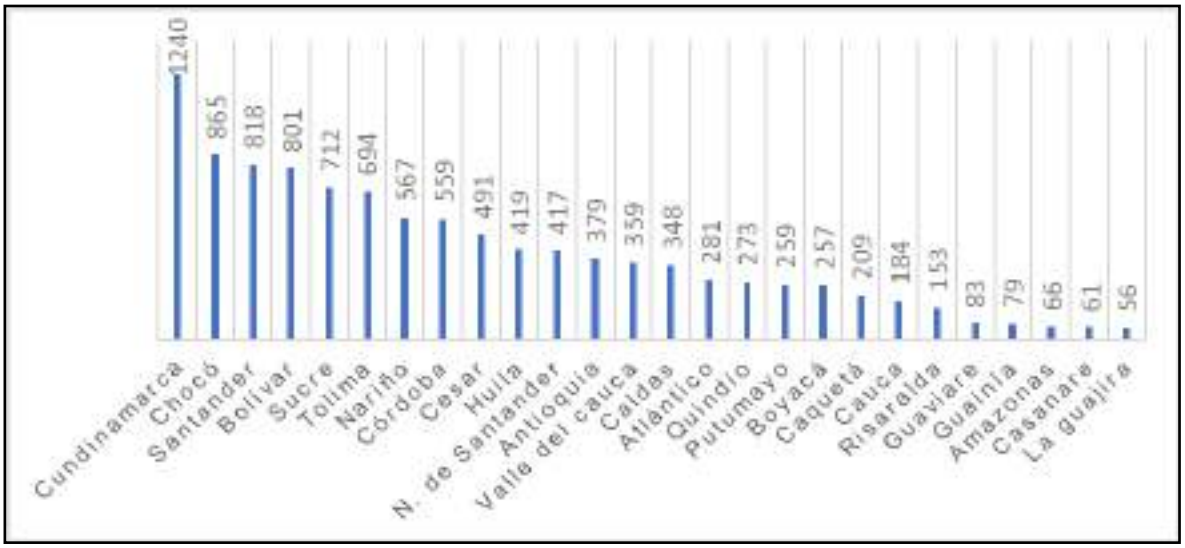
- **Beneficiaros por programa complementario oferta Fenavi- Sena**

Esta oferta se compone de 9 programas, los cuales se han estructurado para brindar mayores beneficios a los avicultores en materia de bioseguridad, sanidad, alimentación, ambiental, inocuidad, manejo y a administración en pro de la sostenibilidad y competitividad del sector avícola nacional. Se presenta en el siguiente cuadro los resultados por cada programa:

Programa complementario	Beneficiarios
Manejo técnico y administrativo de pequeñas y medianas granjas avícolas de ponedora comercial	2.361
Prácticas de manejo en la producción de pollos de engorde.	2.349
Manejo técnico y administrativo de granjas de producción de pollo de engorde	1.531
Implementación de prácticas ambientales en los sistemas productivos avícolas	1.218
Prácticas de alimentación para pollos de engorde	1.271
Prácticas de alimentación en aves de postura	1.078
Aplicación del plan sanitario en granjas de producción de huevo	321
Aplicación del programa de bioseguridad en empresas avícolas.	264
Encasetamiento de aves.	124
Total	**10.630**

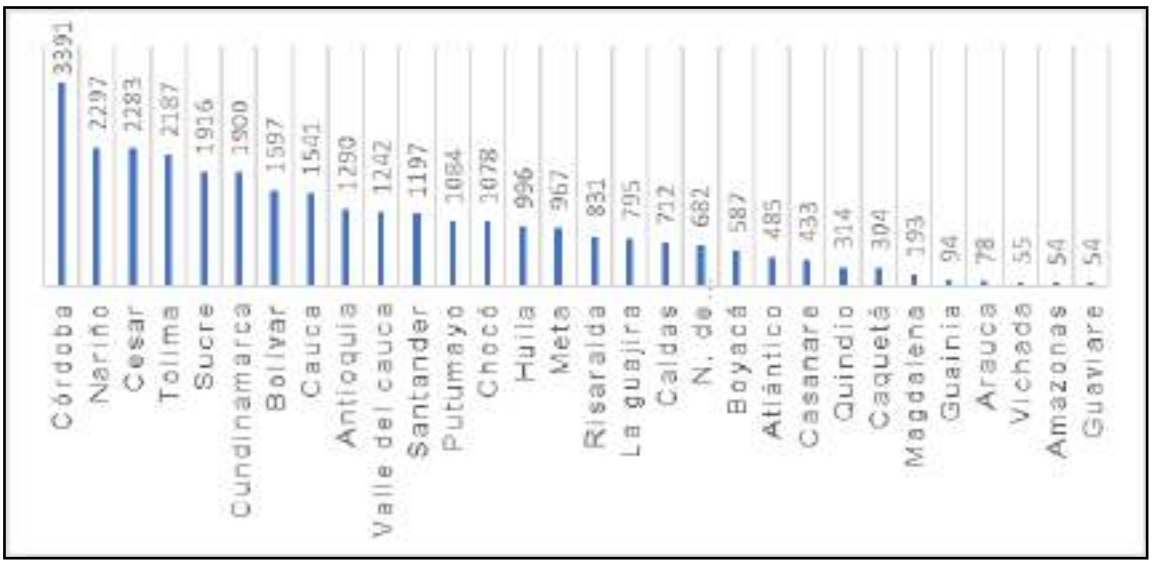
- **Beneficiaros por departamento programas complementarios oferta Fenavi-Sena**

Durante el año 2021, se contó con **10.630** personas beneficiadas a nivel nacional, distribuidas en los departamentos detallados a continuación.



♦ **Beneficiaros por departamento programas complementarios Oferta general del SENA**

El Sena cuenta con una oferta general de programas para atención del Sector avícola, que han sido validados por el gremio para la formación por demanda social en el territorio nacional, particularmente concentran los programa Sena emprende Rural y otros complementarios para el área de manejo de aves a pequeña escala.

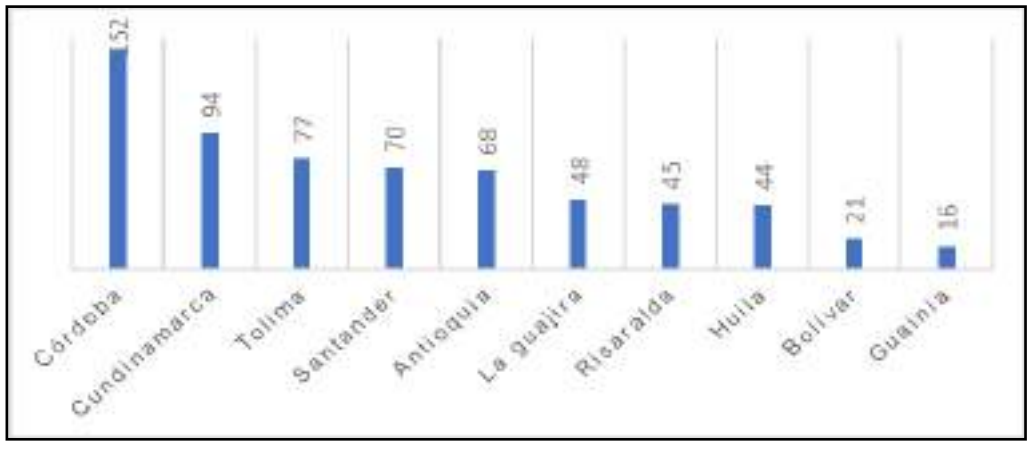


2.2.2. Formación Titulada

En el nivel formativo de titulación se capacitaron **635** trabajadores de la cadena avícola, quienes se certificaron en el nivel Operarios y Técnicos en los programas descritos a continuación.

Nivel de Formación	Programa	Personas capacitadas
Operario	Producción de pollo de engorde	324
Operario	Beneficio y procesamiento de aves	161
Operario	Producción en granja avícola	94
Operario	Manejo de explotación de huevo comercial	25
Técnico	Producción de huevo e incubación artificial	31
	Total	**635**

Beneficiarios por departamento en programas Titulados



A través del folleto de Formación Complementaria y Titulada 2021, se realizó la difusión y promoción del programa al sector avícola a nivel nacional


2021
FORMACIÓN
EN AVICULTURA
Presencial - Online - A distancia
COMPLEMENTARIA
Cursos cortos
48 a 72 horas
TITULADA
Operarios
6 a 7 meses
FENAVI
ECONÓMICOS
SENA
100%
gratuita
¡No se pierda
esta oportunidad!


Formación Complementaria
Cursos cortos de actualización y desarrollo de competencias específicas relacionadas con la producción avícola, que permiten la cualificación del desempeño actual del avicultor con el enfoque de sostenibilidad o la preparación del talento humano para la movilidad y/o promoción laboral en las empresas avícolas.
Descubra la oferta académica estructurada en las siguientes áreas temáticas
Área de producción y manejo avícola
1. Encasetamiento de aves
Código: 7232098 versión 1
45 horas
Presencial - Virtual
2. Prácticas de manejo en la producción de pollos de engorde
Código: 7613643 versión 2
45 horas
Presencial - Virtual

2.3. Otras actividades estratégicas

a. Con el apoyo de una practicante universitaria de comunicaciones, se desarrolló la siguiente actividad:



Impacto

Facilitar el despliegue de comunicaciones masivas para garantizar una comunicación directa con los avicultores y mantenerlos actualizados

Producción y publicación de contenidos para el reposicionamiento del sector avícola

b. Proyecto Gestión de Intervención de Vías Terciarias para el Sector Avícola

Objetivo: Identificar las vías terciarias más estratégicas para el sector avícola.



I
M
P
A

- Busca formular los planes de acción para un total de dieciocho tramos priorizados
- Lograr la intervención física de las vías terciarias priorizadas, desarrollando las gestiones necesarias con cada entidad pública involucrada en el proceso

En el desarrollo de la Etapa III se concluye con el análisis de las características y condicionantes para identificar las fuentes de financiación de los tres tramos viales estratégicos a impulsar por cada región, para un total de dieciocho tramos priorizados a nivel nacional.



Área de Influencia y Población Beneficiada:

Beneficia al sector avícola a nivel nacional, dando cobertura a pequeños y medianos avicultores que estén interesados en las temáticas y a través de los cuales se fortalecerá la competitividad, los procesos y las mejores prácticas en el sector avícola.

Impacto y Conclusiones:

Mantener un nivel de formación que genere competitividad e ingresos en el sector avícola en las áreas estratégicas y técnicas de la cadena de producción avícola.

3. RELACIONAMIENTO INTERNACIONAL

3.1. REQUERIMIENTOS DE REPRESENTACIÓN INTERNACIONAL

El presupuesto asignado al Programa de Estudios Económicos en el marco de la representación y/o participación internacional, apalanca el desarrollo de las diferentes actividades para gestionar los resultados obtenidos dentro del programa.

Objetivo:

Participar en eventos de carácter internacional o que bien se desarrollen en el marco de temáticas de comercio exterior o acuerdos comerciales u otros, que puedan impactar a la industria avícola nacional.

Vigencia:

Enero – Diciembre de 2021

Resultados:

Participar en la Feria Internacional de Producción y Procesos en Atlanta, con el objetivo de tener una visión general e internacional de la economía del sector avícola en temas como la última tecnología, tendencias, estrategias y líneas de acción que se están implementando por los principales países productores de pollo y huevo y sus resultados económicos a nivel empresarial, con el fin de permitirle al Programa Económico realizar estudios, estadísticas y transferencia de conocimiento a los productores avícolas del país a través de los diferentes medios establecidos por Fenavi – FONAV, para fortalecer y mejorar su competitividad.

Este actividad se realizará en el primer trimestre del año siguiente, se proyecta con anticipación para obtener un descuento en la compra de los tiquetes y así poder optimizar los recursos del FONAV.

Desarrollo y Estado Actual:

El Programa de Estudios Económicos participó y asistió a actividades de carácter internacional que involucraron temas relacionados con el sector avícola, para difundir y promocionar a Fenavi – FONAV, como entidad que trabaja para mejorar las condiciones del sector.

Para hacer frente a las necesidades de información se hace necesario el análisis y caracterización del sector en diferentes ámbitos nacional e internacional, por ello se requiere datos que brinden un panorama integral y actualizado de las principales variables macroeconómicas y, de esta manera, brinden herramientas analíticas al sector para la toma de decisiones.

Área de Influencia y Población Beneficiada:

Se beneficia a los avicultores de las diferentes regiones del país, debido a la gran información que se recopila en estas actividades, la cuales serán difundidas en los diferentes medios que tiene Fenavi – FONAV.

Impacto y Conclusiones:

Con la información recolectada en las diferentes actividades se buscó de esta manera ofrecer herramientas primordiales y especializadas para el desarrollo diario de las actividades en el sector avícola.

4. SISTEMAS DE INFORMACIÓN

4.1. MANTENIMIENTO Y SUMINISTRO DE TECNOLOGÍA

El presupuesto asignado al Programa de Estudios Económicos en el marco del sistema de información, apalanca el desarrollo de las diferentes actividades desarrolladas para gestionar los resultados obtenidos dentro del programa.

Objetivo:

Garantizar el funcionamiento eficiente de la infraestructura tecnológica de Fenavi – FONAV, buscando de esta manera preservar la disponibilidad, vigilancia y funcionamiento.

Vigencia:

Enero – Diciembre de 2021

Resultados:

Se desarrollaron actividades para 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.

- Planeación, despliegue y migración de servicios en la nube, de Google Suite a la plataforma Microsoft 365. Esta actividad se realizó para todos los usuarios con cuenta de correo corporativa asignada bajo el dominio @fenavi.org.

- Mantenimiento preventivo (lógico) y soporte a los servidores hospedados en las oficinas de Fenavi - FONAV, así como la gestión respectiva de los servicios en nube.

- Mantenimiento y actualización del portal web: con la información remitida por las seccionales, actualización de información de comunicaciones y de los programas misionales; Se fortalece en la sección establecida toda la gestión que adelanta Fenavi frente Covid-19 respecto al impacto en el Sector Avícola.

- Renovación de servicios y herramientas referentes a la gestión tecnológica de Fenavi–FONAV.

- Se gestiona la suscripción por un año de la herramienta de videoconferencia GoToWebinar para poder llegar a las empresas del Sector Avícola de acuerdo a las acciones estratégicas tomadas por los Programas del FONAV.

- Renovación de las licencias de antivirus para los computadores de Fenavi – FONAV.

- Reposición de equipos de cómputo que cumplen con la política establecida de uso como el portátil para el director jurídico de Fenavi-Fonav y profesional de campo del programa de Sostenibilidad de la zona de Santander. Reposición de partes deterioradas para portátiles como baterías de los equipos de los directores de Huevo y Pollo.

- Aseguramiento y blindaje de la página web de Fenavi.org la cual fue blanco de ataques externos, los cuales buscaban encontrar vulnerabilidades para poder acceder y dar de baja el funcionamiento de la misma.

- Mantenimiento aire acondicionado de data center ubicado en las instalaciones de Fenavi.

- Renovación de la licencia de escritorio remoto con el objetivo de prestar el adecuado soporte a los colaboradores de Fenavi- FONAV en sus diferentes ubicaciones debido a las medidas tomadas por la pandemia de Covid-19.

- Gestión de la plataforma SAIA referente a los procesos de inversión, control presupuestal, e información de acuerdo con las actividades y presupuestos de los programas del FONAV.

- Optimización en el procedimiento actual en la gestión, mantenimiento y análisis de la información de cuota de fomento, a través del uso de conceptos y procesos ETL (extract-transform-load), Data Waterhouse, analítica y reporting con tableros de control con herramientas como Power Bi.

- Mantenimiento y gestión de las licencias de Fenavi – FONAV.

Desarrollo y Estado Actual:

Actualmente Fenavi - FONAV cuenta con un soporte técnico de tecnología encargada de realizar y mantener el óptimo funcionamiento de su infraestructura tecnológica, conectividad estable, responder por los inventarios de hardware y software (licenciamiento), mantener su portal web www.fenavi.org y en general coordinar, acompañar y apoyar lo concerniente a temas tecnológicos para el normal funcionamiento de las actividades de los programas misionales.

Área de Influencia y Población Beneficiada:

La población beneficiada son los usuarios internos y externos ya que pueden realizar sus funciones que compone la estructura tecnológica y contar con la información oportuna y actualizada.

Impacto y Conclusiones:

Fenavi - FONAV en el marco de sus actividades misionales y con el apoyo en la tecnología para el desarrollo de las mismas, se preocupa por mantener un correcto funcionamiento y operatividad de sus sistemas de información, teniendo en cuenta la seguridad y la interconectividad. Así mismo por disponer de los canales apropiados para la publicación de contenidos de gran interés para la avicultura Nacional a través de su portal web.

5. SEMINARIOS Y DIVULGACIÓN

El presupuesto asignado al Programa de Estudios Económicos en el marco de los seminarios y divulgación, apalanca el desarrollo de las diferentes actividades desarrolladas para gestionar los resultados obtenidos dentro del programa.

5.1. DIVULGACIÓN Y PROMOCIÓN

Objetivo:

- Apoyar al sector avícola en los temas demandados por el mismo, buscando de esta manera dar a los avicultores las mejores herramientas conceptuales, metodológicas, normativas y tributarias para el mejor desarrollo en las actividades realizadas en cada una de las empresas avícolas, en aras de mejorar la productividad.

- Dar a conocer las actividades desarrolladas por el Programa de Estudios Económicos a los avicultores en las diferentes Regiones Avícolas en temáticas como: encasetamientos, producción, precios, costos, genética y apoyo en gestiones gubernamentales entre otros.

Vigencia:

Enero - Diciembre de 2021

Resultados:

Las actividades relacionadas con este rubro presupuestal se especifican en el punto **1.2.1**. Desarrollo de Webinarios**,** las cuales se desarrollaron para apoyar al sector avícola en la transferencia de conocimiento para mejorar la productividad del talento humano.

En el marco de estas capacitaciones, el Director del Programa Económico de Fenavi - FONAV fue ponente en diferentes temas especializados, principalmente sobre el análisis de la coyuntura sectorial avícola.

Desarrollo y Estado Actual:

El Programa de Estudios Económicos participa y asiste a diferentes actividades que involucren temas relacionados con el sector avícola, para difundir y promocionar a Fenavi - FONAV como entidad que trabaja para mejorar las condiciones del sector y propender por el desarrollo de la industria.

El Programa de Estudios Económicos realiza mensual una reunión donde se presenta los resultados estratégicos a los representantes de las principales regiones avícolas del país.

Área de Influencia y Población Beneficiada:

Se beneficia a los avicultores de las diferentes regiones del país, debido a la gran información que se recopila en estas actividades, las cuales serán difundidas en los diferentes medios destinados que tiene Fenavi – FONAV.

Impacto y Conclusiones:

Con la información recolectada en las diferentes actividades se busca de esta manera ofrecer herramientas primordiales en el desarrollo diario de las actividades en el sector avícola.

5.2. PUBLICACIONES PARA AVICULTORES

Objetivo:

El Programa de Estudios Económicos publica quincenal y mensualmente temas de gran impacto e interés para la industria avícola colombiana, como lo son informes económicos, tendencias nacionales y mundiales, gestión de Fenavi y tendencias del mercado.

Vigencia:

Enero – Diciembre de 2021

Resultados:

Las actividades desarrolladas en esta línea de acción, se detallan en los puntos **1.3** Difusión boletín Fenaviquin, **1.4.** Divulgación y presentación de informes y **1.5**. Publicaciones, las cuales fueron instrumento valioso y pertinente en la transferencia especializada de información, de análisis estratégico y técnico, de estudios y proyectos desarrollados en beneficio de los productores a nivel nacional para la competitividad y sostenibilidad del negocio avícola.

Desarrollo y Estado Actual:

El Programa de Estudios Económicos continúa con la difusión de conocimientos e información vital para el sector avícola en temáticas de gran impacto para el desarrollo económico y social con el propósito de transferir conocimientos claves para promover la competitividad el sector.

Área de Influencia y Población Beneficiada

Industria avícola a nivel nacional.

Impacto y Conclusiones

Es clave la transferencia de conocimiento y actualización a la industria avícola nacional, en consecuencia es vital brindar la información de interés a través de los diferentes medios de comunicación de Fenavi – FONAV.

5.3. RENOVACIONES Y SUSCRIPCIONES

Objetivo:

Contar con una base de datos de precios nacionales e internacionales de los productos avícolas de huevo y pollo y lo correspondiente a materias primas como soya, sorgo y maíz, igualmente con información sobre importaciones, exportaciones, aranceles, IPC, IPP, tributario, aduanero, jurídico entre otros, información disponible a través del portal www.fenavi.org.

Vigencia:

Enero - Diciembre de 2021

Resultados:

Como resultado se tiene informes e indicadores avícolas publicados en la Revista Avicultores, Fenaviquin, presentaciones realizadas a los avicultores en diferentes escenarios del país e información actualizada y publicada en la página web sobre precios, materias primas, comercio exterior, legislación avícola, reforma tributaria, proyectos de ley, producción, entre otras de gran relevancia.

Se dio cumplimiento frente a las actividades relacionadas en este punto, por cuanto se renovaron las suscripciones requeridas para el desarrollo misional del Programa Económico en cuanto a la generación de información estratégica y técnica, análisis de información estadística y desarrollo de estudios para utilizar dicha información como insumo de análisis y para la elaboración de documentos especializados con beneficio directo para los avicultores, y así mantener actualizado a la industria avícola.

A continuación se detallan las temáticas renovadas: Estadísticas de productos del sector avícola; precios; operaciones de comercio exterior; Régimen laboral; Régimen de impuestos a las rentas; Régimen contable; Código del comercio; Régimen laboral; Prospectiva Económica de Fedesarrollo; Diario La República, Revista Semana y Revista Dinero; Estudios Tributarios de Antioquia; Noticiero Oficial; SICEX para acceder a los servicios de información sectorial de comercio exterior; información internacional especializada del sector alimenticio (especialmente en mercado de proteínas), respecto a precios y estadísticas relacionados con los productos del sector avícola.

Desarrollo y Estado Actual:

Se realizaron renovaciones de diferentes publicaciones y acceso a páginas web de gran interés para el desarrollo y análisis de los informes especializados que elabora el Programa de Estudios Económicos: como son el Fenaviquin, artículos publicados en la Revista Avicultores, página web de Fenavi y los informes estratégicos y técnicos presentados al sector avícola sobre la coyuntura sectorial.

Área de Influencia y Población Beneficiada:

Se beneficia a los avicultores y entidades interesadas de la información desarrollada por el Programa de Estudios Económicos y publicada en la página Web, Fenaviquin y Revista Avicultores.

Impacto y Conclusiones:

Se realizó la actualización de la información nacional e internacional para la elaboración de los documentos estadísticos que se divulgaron a través de la revista y la página web www.fenavi.org, en los informes quincenales del Fenaviquin y en las presentaciones realizadas a los avicultores, buscando de esta manera ofrecer herramientas primordiales en el desarrollo diario de las actividades en el sector avícola.
El presupuesto asignado al Programa de Estudios Económicos en el marco de los conceptos jurídicos, apalanca el desarrollo de las diferentes actividades desarrolladas para gestionar los resultados obtenidos dentro del programa.

6. CONCEPTOS JURIDICOS Y GESTION DE ASUNTOS PÚBLICOS

6.1. ASESORIAS PARA ASUNTOS REGULATORIOS

Objetivo:

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.

Para dar cumplimiento a los objetivos, el Director Jurídico mantiene espacios de comunicación constantes tanto con los Directores de los Programas del FONAV, como con la Presidencia Ejecutiva y con los avicultores. De esta manera, se obtiene información de contexto que permite la elaboración de los conceptos y opiniones legales en las distintas áreas del derecho, generándose, además, espacios de capacitación con avicultores de todas las regiones del país, con el fin de generar una concientización del entorno normativo y sus consecuencias, desarrollando en los avicultores una visión de prevención y mitigación de riesgo legal.

Desde el área jurídica, además, se adelantan negociaciones en derecho con las distintas entidades públicas, de distinto orden, centralizadas y descentralizadas, con el fin de que se generen políticas y normatividad que permita que la avicultura continúe su crecimiento. Se busca, además, generar mecanismos de resolución de conflictos que afectan a los avicultores en las regiones durante el desarrollo de las relaciones que se generan entre entidades públicas y el sector privado, logrando obtener soluciones integrales aplicables en el marco del ordenamiento jurídico.

Adicionalmente, con base en el estudio de las experiencias de la avicultura dentro de las dinámicas propias del derecho, es importante resaltar que se han venido adelantando propuestas normativas, las cuales se presentan ante las entidades públicas competentes con el fin de que los avicultores cuenten con herramientas que les permite desarrollar de mejor forma su actividad.

Vigencia:

Enero – Diciembre de 2021

Resultados:

Con el inicio del año 2021, continuaron las restricciones para el desarrollo de muchas actividades económicas en el país debido a la pandemia de COVID-19, la deuda pública aumentó y el Gobierno presentó un proyecto de reforma tributaria que afectaría de manera importante al sector avícola. Desde el área jurídica se adelantaron reuniones virtuales con los avicultores para explicarles el proyecto de ley y conocer sus apreciaciones sobre el mismo; también se adelantaron proyectos de proposiciones al articulado, especialmente, para salvaguardar el régimen de exentos establecido en el artículo 477 del Estatuto Tributario. También, se realizó el estudio y socialización del nuevo régimen sancionatorio establecido por el ICA, asunto de gran envergadura para el sector avícola y los productores del país; a este asunto, se le adicionó el estudio a profundidad del nuevo régimen de tarifas establecido por el ICA, en uso de las atribuciones otorgadas por la Ley 1955 de 2019.

El seguimiento a la agenda legislativa, en un año pre electoral, se ha convertido en un pilar fundamental del área jurídica de Fenavi - FONAV. En el debate, se han identificado sendos proyectos de gran impacto, colocando entre aquellos prioritarios el proyecto de Código Nacional de Protección y Bienestar animal, proyecto de ley que podría afectar de manera grave la producción pecuaria y la seguridad alimentaria del país en medio de la crisis económica generada por el coronavirus y el paro nacional.

También, se han realizado los acercamientos con distintos equipos jurídicos para buscar los mecanismos legales que propendan por la reparación del sector ante las graves pérdidas y daños ocasionados por los bloqueos, en este asunto, la dirección jurídica de Fenavi - FONAV realizó conceptos y reuniones con las entidades de Gobierno con el fin de abordar la compleja problemática desde la perspectiva jurídica.

Área de Influencia y Población Beneficiada:

El área jurídica ha generado un beneficio transversal a todas los Programas del FONAV, participando en la estructuración de conceptos que permiten el desarrollo de la misión del FONAV, de conformidad con lo establecido en la Ley 117 de 1994, modificada por la Ley 1255 de 2008, e impactando para que cada uno de los programas logre lo propuesto en su marco lógico.

Adicionalmente, se ha generado un impacto y beneficio a los avicultores, quienes reciben apoyo por parte del área jurídica, en el análisis de decisiones y normatividad con impacto directo en el sector.

Impacto y Conclusiones:

De enero a diciembre de 2021, se ha contado con el apoyo del área jurídica por parte de los Programas del FONAV y de los avicultores. El área jurídica ha aprovechado el conocimiento que ha adquirido del sector avícola para la participación en las distintas mesas de trabajo que se han promovido desde el sector privado y público. El área jurídica ha interpretado de forma integral el ordenamiento jurídico con el fin de promover espacios que permitan a las entidades de las distintas ramas del poder público conocer a mayor profundidad la regulación ligada al sector avícola.

PROGRAMA TECNICO

1. SANIDAD AVIAR

OBJETIVO: Desarrollar actividades encaminadas al mejoramiento del estatus sanitario de enfermedades endémicas y mantenimiento del estatus libre de enfermedades exóticas

OBJETIVOS ESPECIFICOS:
- Realizar acciones sanitarias que contribuyan al mantenimiento del estatus de país libre de influenza aviar Ley 1255 de 2008
- Realizar acciones que propendan por el control y erradicación de Newcastle en el territorio nacional
- Identificación de enfermedades de alto impacto económico para el sector

VIGENCIA: Enero 01 al 31 de diciembre de 2021

RESULTADOS: Se realizaron las actividades planteadas en el proyecto, contando con evidencia para soportar el mejoramiento sanitario, dentro de los cuales se encuentra la autodeclaración de país libre de Newcastle y mantenimiento del mismo estatus para influenza aviar. De igual forma las asesorías han permitido ajustar procesos y procedimientos para los programas sanitarios y las actividades de los profesionales de campo han estado encaminadas al mejoramiento sanitario y el acompañamiento a productores.

DESARROLLO Y ESTADO ACTUAL

FIRMA DEL CONVENIO GGC.0181-2021 ICA – FENAVI con el objeto de Aunar esfuerzos con el fin de desarrollar actividades en materia de sanidad aviar, vigilancia epidemiológica, diagnostico veterinario, diseño, desarrollo e implementación de estrategias, herramientas y/o sistemas informáticos o tecnológicos de sanidad y trazabilidad en la especie aviar a nivel nacional.

Vigilancia epidemiológica pasiva: En el 2021, se reportaron 223 notificaciones distribuidas en 28 departamentos; los resultados para todas fue negativo, manteniéndose así el estatus de país libre de ENC notificable.



Durante el año 2021. se realizaron 42 notificaciones de cuadros compatibles de los cuales 16 casos positivos para salmonelosis aviar (Salmonella *Gallinarum*) ubicados en los departamentos de Antioquía, Cauca, Córdoba, Cundinamarca, Nariño, Santander , Valle del Cauca y Vichada.



Vigilancia epidemiológica activa Influenza aviar. Comerciales. 100% del monitoreo y todos resultados negativos. Reporte ICA

DEPARTAMENTO	ENGORDE			POSTURA			GENETICA		
	Número de granjas a muestrear	% de avance	Número de sueros procesados	Número de granjas a muestrear	% de avance	Número de sueros procesadas (sueros)	Número de granjas a muestrear	% de avance	Número de sueros procesadas (sueros)
Antioquia	10	100%	300	12	100%	360	4	100%	120
Amazonas	5	100%	150	5	100%	150	0	#¡DIV/0!	0
Arauca	5	100%	150	5	100%	150	0	#¡DIV/0!	0
Atlantico	5	100%	150	5	100%	150	2	100%	60
Bolívar	5	100%	150	5	100%	150	0	#¡DIV/0!	0
Boyacá	5	100%	150	16	100%	480	5	100%	150
Caldas	5	100%	150	6	100%	180	0	#¡DIV/0!	0
Caquetá	5	100%	150	5	100%	150	0	#¡DIV/0!	0
Casanare	5	100%	150	6	100%	180	0	#¡DIV/0!	0
Cauca	12	100%	360	5	100%	150	0	#¡DIV/0!	0
Cesar	5	100%	150	5	100%	150	0	#¡DIV/0!	0
Choco	5	100%	150	2	100%	60	0	#¡DIV/0!	0
Córdoba	5	100%	150	5	100%	150	0	#¡DIV/0!	0
Cundinamarca	63	100%	1890	76	100%	2280	51	100%	1530
Guainía	0	#¡DIV/0!	0	3	100%	90	0	#¡DIV/0!	0
Guaviare	0	#¡DIV/0!	0	2	100%	60	0	#¡DIV/0!	0
Huila	11	100%	330	13	100%	390	0	#¡DIV/0!	0
La Guajira	5	100%	150	5	100%	150	0	#¡DIV/0!	0
Magdalena	5	100%	150	5	100%	150	0	#¡DIV/0!	0
Meta	8	100%	240	5	100%	150	0	#¡DIV/0!	0
Nariño	18	100%	540	5	100%	150	2	100%	60
Nte. Santander	14	100%	420	24	100%	720	0	#¡DIV/0!	0
Putumayo	2	100%	60	2	100%	60	0	#¡DIV/0!	0
Quindio	13	100%	390	5	100%	150	5	100%	150

Risaralda	6	100%	180	5	100%	150	3	100%	90
San Andres	0	#¡DIV/0!	0	2	100%	60	0	#¡DIV/0!	0
Santander	67	100%	2010	63	100%	1890	32	100%	960
Sucre	5	100%	150	5	100%	150	0	#¡DIV/0!	0
Tolima	8	100%	240	5	100%	150	13	100%	390
Valle	32	100%	960	23	100%	690	33	100%	990
Vaupés	0	#¡DIV/0!	0	0	#¡DIV/0!	0	0	#¡DIV/0!	0
Vichada	2	100%	60	3	100%	90	0	#¡DIV/0!	0
TOTAL	**336**	**100%**	**10080**	**333**	**100%**	**9990**	**150**	**100%**	**4500**

Vigilancia epidemiológica activa influenza aviar. Aves de riesgo. 100% del monitoreo y todos resultados negativos. Reporte ICA

DEPARTAMENTO	TRASPATIO ALREDEDOR DE HUMEDALES		TRASPATIO ALREDEDOR DE FOCOS RECIENTES		AVES DE COMBATE		PLAZAS DE MERCADO		ALMACENES AGROPECUARIOS	
	Número de predios a muestrear	# DE AVES MUESTREADAS (SUEROS)	Número de predios a muestrear	# DE AVES MUESTREADAS (SUEROS)	Número de predios a muestrear	# DE AVES MUESTREADAS	Número de plazas a muestrear	# DE AVES MUESTREADAS	Número de almacenes a muestrear	# DE AVES MUESTREADAS
Antioquia	10	100	13	130	32	320	10	100	18	180
Amazonas	10	100	1	10	5	50	2	20	1	10
Arauca	10	100	0	0	5	50	16	160	5	50
Atlantico	0	0	15	150	12	120	2	20	5	50
Bolívar	10	100	1	10	7	70	2	20	5	50
Boyacá	10	100	15	150	5	50	34	340	5	50
Caldas	0	0	0	0	5	50	6	60	5	50
Caquetá	10	100	27	270	10	100	12	120	5	50
Casanare	10	100	32	320	5	50	6	60	5	50
Cauca	10	100	0	0	15	150	22	220	5	50
Cesar	15	150	0	0	13	130	4	40	5	50
Choco	10	100	0	0	5	50	10	100	5	50
Córdoba	0	0	1	10	30	300	24	240	5	50
Cundinamarca	60	600	164	1640	6	60	12	120	10	100
Guainía	4	40	0	0	5	50	0	0	1	10
Guaviare	5	50	0	0	5	50	2	20	1	10
Huila	10	100	18	180	15	150	10	100	5	50
La Guajira	10	100	0	0	5	50	1	10	4	40
Magdalena	10	100	0	0	5	50	4	40	5	50
Meta	10	100	8	80	5	50	16	160	5	50
Nariño	10	100	0	0	5	50	6	60	5	50
Norte de Santander	0	0	17	170	5	50	4	40	5	50
Putumayo	0	0	0	0	15	150	12	120	5	50

Quindio	0	0	6	60	15	150	2	20	5	50
Risaralda	0	0	0	0	5	50	2	20	5	50
San Andres	10	100	0	0	1	10	0	0	0	0
Santander	20	200	6	60	9	90	24	240	10	100
Sucre	0	0	19	190	23	230	2	20	5	50
Tolima	15	150	67	670	42	420	6	60	10	100
Valle	30	300	0	0	9	90	14	140	10	100
Vaupés	10	100	33	330	5	50	0	0	1	10
Vichada	5	50	0	0	5	50	0	0	1	10
TOTAL	**314**	**3140**	**443**	**4430**	**334**	**3340**	**267**	**2670**	**167**	**1670**

Vigilancia epidemiológica activa Newcastle notificable. Comerciales. 100% del monitoreo y todos resultados negativos. Reporte ICA

DEPARTAMENTO	ENGORDE		POSTURA		GENETICA	
	Número de granjas a muestrear	Número de pooles procesados	Número de granjas a muestrear	Número de pooles procesados	Número de granjas a muestrear	Número de pooles procesados
Antioquia	10	60	12	72	4	24
Amazonas	5	30	5	30	0	0
Arauca	5	30	5	30	0	0
Atlantico	5	30	5	30	2	12
Bolívar	5	30	5	30	0	0
Boyacá	5	30	16	96	5	30
Caldas	5	30	6	36	0	0
Caquetá	5	30	5	30	0	0
Casanare	5	30	6	36	0	0
Cauca	12	72	5	30	0	0
Cesar	5	30	5	30	0	0
Choco	5	30	2	12	0	0
Córdoba	5	30	5	30	0	0
Cundinamarca	63	378	76	456	51	306
Guainía	0	0	3	18	0	0
Guaviare	0	0	2	12	0	0
Huila	11	66	13	78	0	0
La Guajira	5	30	5	30	0	0
Magdalena	5	30	5	30	0	0
Meta	8	48	5	30	0	0
Nariño	18	108	5	30	2	12
Norte de Santander	14	84	24	144	0	0
Putumayo	2	12	2	12	0	0
Quindio	13	78	5	30	5	30
Risaralda	6	36	5	30	3	18

San Andres	0	0	2	12	0	0
Santander	67	402	63	378	32	192
Sucre	5	30	5	30	0	0
Tolima	8	48	5	30	13	78
Valle	32	192	23	138	33	198
Vaupés	0	0	0	0	0	0
Vichada	2	12	3	18	0	0
TOTAL	**336**	**2016**	**333**	**1998**	**150**	**900**

Vigilancia epidemiológica activa Newcastle notificable. Aves de riesgo. 100% del monitoreo y todos resultados negativos. Reporte ICA

DEPARTAMENTO	TRASPATIO ALREDEDOR DE HUMEDALES		TRASPATIO ALREDEDOR DE FOCOS RECIENTES		AVES DE COMBATE		PLAZAS DE MERCADO		ALMACENES AGROPECUARIOS	
	Número de predios a muestrear	# DE AVES MUESTREADAS	Número de predios a muestrear	# DE AVES MUESTREADAS	Número de predios a muestrear	# DE AVES MUESTREADAS	Número de plazas a muestrear	# DE AVES MUESTREADAS	Número de almacenes a muestrear	# DE AVES MUESTREADAS
Antioquia	10	100	26	260	32	320	10	100	18	180
Amazonas	10	100	2	20	5	50	2	20	1	10
Arauca	10	100	0	0	5	50	16	160	5	50
Atlantico	0	0	30	300	12	120	2	20	5	50
Bolívar	10	100	2	20	7	70	2	20	5	50
Boyacá	10	100	30	300	5	50	34	340	5	50
Caldas	0	0	0	0	5	50	6	60	5	50
Caquetá	10	100	54	540	10	100	12	120	5	50
Casanare	10	100	64	640	5	50	6	60	5	50
Cauca	10	100	0	0	15	150	22	220	5	50
Cesar	15	150	0	0	13	130	4	40	5	50
Choco	10	100	0	0	5	50	10	100	5	50
Córdoba	0	0	2	20	30	300	24	240	5	50
Cundinamarca	60	600	328	3280	6	60	12	120	10	100
Guainía	4	40	0	0	5	50	0	0	1	10
Guaviare	5	50	0	0	5	50	2	20	1	10
Huila	10	100	36	360	15	150	10	100	5	50
La Guajira	10	100	0	0	5	50	1	10	5	50
Magdalena	10	100	0	0	5	50	4	40	5	50
Meta	10	100	16	160	5	50	16	160	5	50
Nariño	10	100	0	0	5	50	6	60	5	50
Norte de Santander	0	0	34	340	5	50	4	40	5	50
Putumayo	0	0	0	0	15	150	12	120	5	50
Quindio	0	0	12	120	15	150	2	20	5	50
Risaralda	0	0	0	0	5	50	2	20	5	50
San Andres	10	100	0	0	1	10	0	0	0	0
Santander	20	200	12	120	9	90	24	240	10	100
Sucre	0	0	38	380	23	230	2	20	5	50
Tolima	15	150	134	1340	42	420	6	60	10	100
Valle	30	300	0	0	9	90	14	140	10	100
Vaupés	10	100	66	660	5	50	0	0	1	10
Vichada	5	50	0	0	5	50	0	0	1	10

TOTAL	**314**	**3140**	**886**	**8860**	**334**	**3340**	**267**	**2670**	**168**	**1680**

Reportes Granja Avícola Biosegura. Reporte ICA

DEPARTAMENTO	ENGORDE		POSTURA		MATERIAL GENETICO	
	NÚMERO DE GRANJAS VISITADAS	CONCEPTO FAVORABLE	NÚMERO DE GRANJAS VISITADAS	CONCEPTO FAVORABLE	NÚMERO DE GRANJAS VISITADAS	CONCEPTO FAVORABLE
Amazonas	4	0	15	0	0	0
Antioquia	41	41	12	10	0	0
Arauca	0	0	3	3	0	0
Atlantico	15	8	15	7	2	2
Bolívar	5	5	5	1	0	0
Boyacá	23	16	67	2	7	7
Caldas	1	1	5	0	0	0
Caquetá	0	0	6	1	0	0
Casanare	6	2	8	1	0	0
Cauca	5	5	0	0	0	0
Cesar	1	0	1	0	0	0
Choco	1	0	2	1	0	0
Córdoba	4	4	6	5	0	0
Cundinamarca	118	114	56	48	34	29
Guainía	5	3	12	4	0	0
Guaviare	0	0	0	0	0	0
Huila	10	6	30	7	0	0
La Guajira	0	0	0	0	0	0
Magdalena	1	0	1	1	0	0
Meta	55	28	20	7	0	0
Nariño	43	26	18	7	3	3
Nte Santander	7	7	24	20	0	0
Putumayo	10	0	9	0	0	0
Quindio	3	3	6	6	0	0
Risaralda	2	1	1	1	1	1
San Andres	0	0	0	0	0	0
Santander	136	129	113	53	11	10
Sucre	3	0	3	1	0	0
Tolima	9	1	7	2	0	0
Valle	17	16	53	49	13	13

Vaupes	0	0	0	0	0	0
Vichada	0	0	0	0	0	0
	525	416	498	237	71	65

Diferencial.
Se reporta identificación para bronquitis de Secuencia variante relacionada con la cepa de referencia Brazil/NUP/0616; Secuencia relacionada con la cepa de referencia Mas y Secuencia variante relacionada con la cepa de referencia 4/91; y para el caso de laringotraqueitis, 7 cepas virulentas.

TALLERES DE CAPACITACIÓN EXPORTACIÓN: sobre el proceso relacionado a lo sanitario-inocuidad que los mercados (internacionales- nacionales) exigen a la producción de las líneas de carne y de huevo de mesa. Se desarrollarán 3 talleres de 2 horas cada uno que incluirán la preparación de los mismos y el material necesario:
Asistentes: 240 registros de asistencia
Temas:

a) Aspectos generales para la exportación. 2 horas. https://youtu.be/XWDyRW2AZho
b) Como enfrentar mercados. 2 horas. https://youtu.be/GptbENgvR54
c) Requisitos específicos comerciales y sanitarios para la exportación. 2 horas. https://youtu.be/GY2LEvfdShc

El desarrollo de estos talleres esta pensado sobre el objeto que se ha considerado dentro de la industria avícola de fomentar una estrategia de comercio exterior, tarea que esta llena de complejidades debido, entre otros, a la presencia de requerimientos zoosanitarios y de inocuidad que la condicionan. Estos elementos son reconocidos en el capítulo de las MSF de la OMC, y no obstante tiene definiciones y estándares recomendados para que no se conviertan en barreras al comercio, en la práctica si contienen innumerables espacios de subjetividad en las decisiones que pueda establecer cada mercado.

Por esta razón, si un país tiene como objetivo ser exitoso en la apertura y mantención de mercados internacionales, es imprescindible que sus empresas y asociaciones conozcan y manejen las variables claves del contexto mundial actual respecto a gestión zoosanitaria y garantías de exportación.

Es así que estos talleres que estarán bajo la sombrilla del marco exportador, se enfocarán en los aspectos zoosanitarios y de inocuidad



Facilitador: Dr. Jose Ignacio, asesor en temas relacionados con el comercio internacional y desde su experiencia en la apertura de mercados desde Chile, ha apoyado diferentes países de Latinoamérica en este aspecto.

DESARROLLO DE UN SISTEMA INFORMÁTICO que entregue una solución a la Entidad Oficial para el desarrollo y seguimiento de la gestión sanitaria en la especie Aviar.

Para este sistema, los procesos que se identificaron como más relevantes para ser incorporados en el programa informático son: Sanidad aviar en predios, bioseguridad en predios, movimientos de aves a faena y autorización zoosanitaria para elegibilidad de exportación en plantas. Para cada proceso se describen sus subprocesos y acciones derivadas que se consideraron relevantes de incorporar en un sistema de información. Adicionalmente, se plantean consideraciones respecto a la tecnología base, modelo de datos, elementos de arquitectura, e interfaces de usuario.

1. Desarrollo de términos de referencia y proceso de selección



Inicio de proceso de selección a partir de la construcción de los términos de referencia ICA – FENAVI. Proceso que se puede verificar en el siguiente link: https://fenavi.org/contrataciones/proceso-desarrollo-sistema-sanidad-trazabilidad-aviar/.

Desarrollo del sistema:

Sprint	Feature	HU /Funcionalidad
Sprint 4	**08 Registro de RSPP**	
Sprint 4	08 Registro de RSPP	HU Asociar RSPP
Sprint 4	08 Registro de RSPP	HU Ver información de propietarios
Sprint 4	**10 Infraestructura de granja**	
Sprint 4	10 Infraestructura de granja	HU Listar infraestructura
Sprint 4	10 Infraestructura de granja	HU Editar módulo
Sprint 4	10 Infraestructura de granja	HU Editar galpón
Sprint 4	10 Infraestructura de granja	HU Registrar galpón
Sprint 4	10 Infraestructura de granja	HU Registrar módulo
Sprint 4	**11 Integración de granja**	
Sprint 4	11 Integración de granja	HU Terminación de relación de integración
Sprint 4	11 Integración de granja	HU Listar granjas integradas
Sprint 4	11 Integración de granja	HU Aceptar/rechazar terminación integración
Sprint 4	11 Integración de granja	HU Ver información adicional de granja integrada
Sprint 4	11 Integración de granja	HU Gestionar operador a granja integrada
Sprint 4	11 Integración de granja	HU Solicitar Terminación de integración
Sprint 5		
Sprint 5	**04 Gestión de propietario**	
Sprint 5	04 Gestión de propietario	HU Crear propietario - Actividades
Sprint 5	**12 Movimientos de gallinaza/pollinaza**	
Sprint 5	12 Movimientos de gallinaza/pollinaza	HU Registrar movimiento de gallinaza/pollinaza
Sprint 5	12 Movimientos de gallinaza/pollinaza	HU Listar movimientos de gallinaza/pollinaza
Sprint 5	**13 Movimientos de gallinas de descarte a terceros**	
Sprint 5	13 Movimientos de gallinas de descarte a terceros	HU Registrar movimiento de gallinas descarte a terceros
Sprint 5	13 Movimientos de gallinas de descarte a terceros	HU Listar movimientos de gallinas descarte a terceros
Sprint 5	**14 Movimientos a planta faenadora**	
Sprint 5	14 Movimientos a planta faenadora	HU Listar movimiento a planta faenadora
Sprint 5	14 Movimientos a planta faenadora	HU Registrar movimiento a planta faenadora
Sprint 5	14 Movimientos a planta faenadora	HU Ver información adicional de movimiento a planta faenadora

Sprint 6		
Sprint 6	**18 Vigilancia de emergencia**	
Sprint 6	18 Vigilancia de emergencia	HU Calificar Vigilancia de emergencia **
Sprint 6	18 Vigilancia de emergencia	HU Capturar datos epidemiológicos **
Sprint 6	**26 Reportes**	
Sprint 6	26 Reportes	HU Reporte 1
Sprint 6	26 Reportes	HU Reporte 2
Sprint 6	**14 Movimientos a planta faenadora**	
Sprint 6	14 Movimientos a planta faenadora	HU Recepcionar movimiento en planta faenadora
Sprint 6	14 Movimientos a planta faenadora	HU Asociar lote de faena
Sprint 6	14 Movimientos a planta faenadora	HU Listar asociaciones a lote de faena
Sprint 6	14 Movimientos a planta faenadora	HU Registrar en planta faenadora el movimiento
Sprint 6	14 Movimientos a planta faenadora	HU Ver información adicional de movimientos registrados en planta faenadora
Sprint 6	14 Movimientos a planta faenadora	HU Ver información de lotes de aves asociados
Sprint 6	14 Movimientos a planta faenadora	HU Listar movimientos registrados en planta faenadora
Sprint 7		
Sprint 7	**17 Toma de muestras**	
Sprint 7	17 Toma de muestras	HU Ingresar Medidas Sanitarias **
Sprint 7	17 Toma de muestras	HU Listar protocolos
Sprint 7	17 Toma de muestras	HU Ver protocolo
Sprint 7	17 Toma de muestras	HU Ingresar protocolo
Sprint 7	17 Toma de muestras	HU Recepcionar protocolo - Lab privado
Sprint 7	17 Toma de muestras	HU Ingresar Resultado - Lab privado
Sprint 7	17 Toma de muestras	HU Liberar Resultado - Lab privado
Sprint 7	17 Toma de muestras	HU Visualizar resultado
Sprint 7	**19 Notificaciones**	
Sprint 7	19 Notificaciones	HU Cerrar notificación
Sprint 7	19 Notificaciones	HU Ingresar notificación
Sprint 7	19 Notificaciones	HU Listar notificaciones
Sprint 7	19 Notificaciones	HU Revisar antecedentes
Sprint 7	**20 Vigilancia Activa**	
Sprint 7	20 Vigilancia Activa	HU Planificar Vigilancia Activa - Asignar granjas
Sprint 7	20 Vigilancia Activa	HU Planificar Vigilancia Activa - Iniciar creación de de plan
Sprint 7	20 Vigilancia Activa	HU Planificar Vigilancia Activa - Listar planes
Sprint 7	**21 Agendamiento de visita técnica**	
Sprint 7	21 Agendamiento de visita técnica	HU Listar visitas
Sprint 7	21 Agendamiento de visita técnica	HU Agendar Visita
Sprint 8		
Sprint 8	**15 Registrar resultados de análisis Laboratorios Privados**	
Sprint 8	15 Registrar resultados de análisis Laboratorios Privados	HU Listar reportes
Sprint 8	15 Registrar resultados de análisis Laboratorios Privados	HU Descargar plantilla
Sprint 8	15 Registrar resultados de análisis Laboratorios Privados	HU Cargar reporte periódico de enfermedades

Sprint 8	**22 Ejecución de visita**	
Sprint 8	22 Ejecución de visita	HU Registro de visita - Notificación - Registrar datos epidemiológicos
Sprint 8	**16 Gestión de funcionarios**	
Sprint 8	16 Gestión de funcionarios	HU Crear rol - Funcionarios
Sprint 8	16 Gestión de funcionarios	HU Listar funcionarios asociados
Sprint 8	**20 Vigilancia Activa**	
Sprint 8	20 Vigilancia Activa	HU Agendar visita vigilancia activa programada
Sprint 8	20 Vigilancia Activa	HU Planificar Vigilancia Activa - Actualizar planificación
Sprint 8	20 Vigilancia Activa	HU Planificar Vigilancia Activa - Proponer granja
Sprint 9		
Sprint 9	**22 Ejecución de visita**	
Sprint 9	22 Ejecución de visita	HU Ejecución de visita - Sección lista de Chequeo
Sprint 9	22 Ejecución de visita	HU Listar mis vistas asignadas
Sprint 9	**23 Eligibilidad ****	
Sprint 9	23 Eligibilidad **	HU Seleccionar mercado y producto **
Sprint 9	23 Eligibilidad **	HU Ingresar lotes de faena **
Sprint 9	**16 Gestión de funcionarios**	
Sprint 9	16 Gestión de funcionarios	HU Listar roles - Funcionarios
Sprint 9	16 Gestión de funcionarios	HU Añadir funcionario y asignar rol
Sprint 9	16 Gestión de funcionarios	HU Cargar masivamente los veterinarios acreditados ICA
Sprint 10		
Sprint 10	**22 Ejecución de visita**	
Sprint 10	22 Ejecución de visita	*** HU Registro de visita - Notificación - Ingresar medidas preventivas
Sprint 10	22 Ejecución de visita	HU Ejecución de visita - diligenciamiento de lista de chequeo
Sprint 10	22 Ejecución de visita	HU Ejecución de visita - Diligenciamiento de toma de muestras
Sprint 10	22 Ejecución de visita	HU Ejecución de visita - Finalización de visita
Sprint 10	22 Ejecución de visita	HU Ejecución de visita - Sección toma de muestras
Sprint 10	**23 Eligibilidad ****	
Sprint 10	23 Eligibilidad **	HU Calcular distancia desde granja origen para identificar presencia de enfermedades
Sprint 10	23 Eligibilidad **	HU Validar si hay una enfermedad x kilómetros a la redonda **
Sprint 10	**25 Personificación**	
Sprint 10	25 Personificación	HU Crear propietario - Seleccionar usuario en Información general
Sprint 11		
Sprint 11	**23 Eligibilidad ****	
Sprint 11	23 Eligibilidad **	HU Validar habilitación de mercado producto **
Sprint 11	23 Eligibilidad **	HU Validar requisitos sanitarios de lotes faena **
Sprint 11	23 Eligibilidad **	HU Enviar solicitud **
Sprint 11	**24 Solicitud Certificado Granja Biosegura**	
Sprint 11	24 Solicitud Certificado Granja Biosegura	HU Solicitud de Registro
Sprint 11	24 Solicitud Certificado Granja Biosegura	HU Solicitud de ajuste de datos
Sprint 11	24 Solicitud Certificado Granja Biosegura	HU Lista de solicitudes
Sprint 11	24 Solicitud Certificado Granja Biosegura	HU Flujo de aprobación

Sprint 11	24 Solicitud Certificado Granja Biosegura	HU Cancelación de solicitud
Sprint 11	**26 Reportes**	
Sprint 11	26 Reportes	HU Reporte 3
Sprint 11	26 Reportes	HU Reporte 4
Sprint 11	26 Reportes	HU Reporte 5
Sprint 11	26 Reportes	HU Reporte 6
Sprint 11	26 Reportes	HU Reporte 7
Sprint 12		
Sprint 12	**24 Solicitud Certificado Granja Biosegura**	
Sprint 12	24 Solicitud Certificado Granja Biosegura	HU Solicitud de Registro

CURSO DE AUDITORES EN LA NORMA DE BIOSEGURIDAD CON LA EMPRESA SGS dirigido a los funcionarios de ICA de acuerdo con los compromisos del convenio 081 de 2021 "Asegurar la formación de funcionarios del ICA, como auditores de las resoluciones vigentes de bioseguridad expedidas por ICA, a través de una entidad de certificación."

INFORME DE PARTICIPACIÓN Y ASISTENCIA ESTUDIANTES

Auditor Interno en las Resoluciones ICA 090464 de 2021, ICA 3650-3651- 3652 de 2014

SGS ACADEMY

Fecha de Inicio	28/06/2021	Fecha Final	2/07/2021	Horas	40	TUTOR	GARCIA NARANJO LILIANA

DATOS PARTICIPANTES					ASISTENCIA					
No	CEDULA	APELLIDOS Y NOMBRES	CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	No. TELÉFON	28 DE JUNIO	29 DE JUNIO	30 DE JUNIO	1 DE JULIO	2 DE JULIO	OBSERVACIONES
1	1.020.734.192	ALONSO PARDO ALVARO DANIEL	alvaro.alonso@icagov.co	3214562896	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
2	1.016.624.629	SIERRA YEPES DANIELSEBASTIAN	daniela.sierra@ica.gov.co	3175561810	SI	SI	SI	SI	NO	ALTA PARTICIPACION
3	93.298.035	ARCOS RAMOS ELIECER RICARDO	eliecer.arcos@ica.gov.co	3145800641	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
4	1.018.484.636	GOMEZ PEDRAZA PABLO EMMANUEL	pablo.gomez@ica.gov.co	3118219360	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
5	1.106.362.693	RAMIREZ SIERRA CARLOS ARBEY	carlos.ramirez@ica.gov.co	3113681810	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
6	1.060.653.969	MONTOYA TABARES DIANA CAROLINA	diana.montoya@ica.gov.co	3103411212	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
7	25.274.422	COBO URRUTIA OLGA LUCIA	olga.cobo@ica.gov.co	3172615492	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
8	74.347.003	LOPEZ CASTAÑEDA VICTOR MANUEL	victor.lopez@icagov.co	3212309492	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
9	1.094.264.369	VELASQUEZ RIVERA LISETH LILIANA	lisethvelasquez@ica.gov.co	3134144208	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
10	77.169.109	MOJICA SIERRA ALVARO JOSÉ	alvaro.mojica@icagov.co	3135657507	SI	NO	NO	NO	NO	RETIRO POR ENFERMEDAD COVID19
11	1.064.983.486	MOGOLLON HERNANDEZ ANTONIO CARLOS	antoniomogollon@ica.gov.co	3105150894	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
12	80.080.590	MORENO GOMEZ CESAR AUGUSTO	cesarmoreno@ica.gov.co	3134580618	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
13	1.075.231.809	DIAZ CUMBRE CARLOS ANDRES	carlos.diaz@ica.gov.co	3227613106	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
14	1.123.087.588	ALFONSO HERRERA LAURA MELISSA	laura.alfonso@icagov.co	3216869715	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
15	1.121.853.173	SARMIENTO ROZO JULIAN DAVID	julian.sarmiento@icagov.co	3126176176	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
16	12.747.855	CHAMORRO MUÑOZ CARLOS ANIBAL	carlos.chamorro@icagov.co	3183833810	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
17	8.361.372	MEDINA TAMAYO CRISTIAN CAMILO	cristian.medina@ica.gov.co	3116201247	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
18	72.290.378	DIAZ ORTEGA JOSE CAMILO	jose.diaz@ica.gov.co	3214710714	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
19	40.912.530	MARTINEZ RODRIGUEZ LEIDY DIANA	leidy.martinez@ica.gov.co	3173155518	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
20	37.751.653	PORRAS SEQUEDA SARYTH MAYERLY	sarythporras@icagov.co	3176264016	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
21	1.098.695.159	CAMARGO GRANADOS ELBER URIEL	elbercamargo@ica.gov.co	3152812015	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
22	1.016.212.286	QUINTANA TOLOZA ELSA LUISA	elsa.quintana@ica.gov.co	3223873027	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
23	36.234.880	LOZANO VILLANUEVA ANTONIO JOSÉ	antonio.lozano@ica.gov.co	3216818778	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
24	1.088.282.170	CARDONA MONTOYA CRISTIAN CAMILO	cristian.cardona@ica.gov.co	3105647712	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
25	1.121.841.349	PEREZ CAMACHO MIGUEL ANGEL	miguel.perez@ica.gov.co	3102574908	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
26	1.113.666.300	DIAZ ALCALA VALENTINA	valentina.diaz@ica.gov.co	311 897 5492	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
27	80.398.976	ARTURO ALONSO ESTUPIÑAN	arturoalonso@ica.gov.co	3101512815	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
28	9.799.335	APONTE PATIÑO JOSE FERNANDO	jose.aponte@ica.gov.co	321 664 5492	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
29	38.641.504	RAMIREZ ARIAS YANSE GABRIELA	yanse.ramirez@icagov.co	3136852898	SI	SI	SI	SI	SI	ALTA PARTICIPACION
30	1.049.640.844	JUAN MANUEL ROJAS ALIZATE	jmrojas@ifarma.org	3222785456	NO	NO	NO	NO	NO	REALIZACION EN MODALIDAD ASINCRONICA

DESARROLLO DE EQUIPO DE SACRIFICIO de aves en la atención de emergencia sanitaria para el control de enfermedades de control oficial". Convenio Universidad CES – FENAVI:

Resumen: Esquipo integrado y desmontable, desplazamiento manual con ruedas integradas, cargue y descargue con extensiones laterales en el bastidor para elevación o cargue del equipo, material del bastidor en hierro, acabado pintura amarilla, manguera de alimentación: Utilizada para alimentación hídrica a motobomba de 5 mts, cuenta con sus correspondientes acoples, manguera de descargue: Utilizada para descargue de flujo de motobomba de 40 mts, cuenta con sus correspondiente acoples., campana emisora de espuma: 71 cm, 56 cm (diámetro, longitud), eductor: Para conexión a motobomba hasta 200 psi, con ajuste de concentrado Off, ½%, 1%, 3%, 6%, peso y dimensión eductor: 5 Kg, 34,3 cm de largo, espuma para el sistema: Espuma de alta expansión, AFFF, Biodegradable, aceite recomendado para el sistema: Enermax 100W-30 API SL (1,1 L), motobomba: 70 Kg, 76 cm x 61 cm x 67,5 cm (Largo, Ancho, Alto). Otras consideraciones técnicas, de funcionamiento y capacitación en el informe de entrega del equipo



ENVÍO DE MUESTRAS a partir de los casos notificados como compatibles a enfermedades de control oficial. Marco de Convenio de cooperación ICA – FENAVI. Reporte enero a diciembre 2021.

Dpto	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total
ANTIOQUIA		3	1	2	1	2			1				10
ARAUCA			1				1	1					3
ATLANTICO	2	1	3	2	8		2	3	2	2	3		28
BOLIVAR		1	1	1	1			2			1		7
BOYACA	1	1	3		1	1		1	1	1			10
CALDAS		1	1		5		1	1		2			11
CAQUETA	1		2			1	2	1		1			8
CASANARE		1	1			3	2			3	2	2	14
CAUCA		1		1		2	2	3		1	2		12
CESAR					1			2		1			4
CHOCO							1		1				2
CORDOBA	1			2	2	1		4	4	1	1	3	19
CUNDINAMARCA		1	1		2					1	3		8
GUAVIARE					1					1			2
HUILA			1	1	1		1	3					7
LA GUAJIRA			1		1		1	1				1	5
MAGDALENA		1											1
META				2		1			1	2	1		7
NARIÑO	2	1	1				1	1		1		1	8
NTE SANTANDER				2		1	1			3			7
PUTUMAYO			1							1	1		3
QUINDIO		1											1
RISARALDA					1						1		2
SANTANDER		1							1			1	3
SUCRE								1			1	2	4
TOLIMA				5	3			2	4	1	2	1	18
VALLE DEL CAUCA	1							1	1		2		5
VAUPES				2							1		3
VICHADA								2	1				3
Total general	**8**	**14**	**18**	**20**	**28**	**12**	**15**	**29**	**17**	**22**	**21**	**11**	**215**

PROCESAMIENTO DE MUESTRAS que llegan de casos notificados sábados, domingos y festivos: Apoyar las actividades de Diagnóstico Veterinario en el Laboratorio Nacional del ICA – LNDV Procesamiento muestras fin de semana.

DEPARTAMENTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
ANTIOQUIA		1			1								**2**
ATLANTICO	1			1	7			1			3		**13**
BOLIVAR			1										**1**
BOYACA			1										**1**
CALDAS										2			**2**
CAQUETÁ	1												**1**
CASANARE						1				1	1	2	**5**
CESAR					1			1		1			**3**
CORDOBA				3	2				1		1	1	**8**
CUNDINAMARCA		1			2			1					**4**
HUILA								2					**2**
LA GUAJIRA			1										**1**
MAGDALENA		1											**1**
META				2									**2**
NARIÑO								1					**1**
NORTE SANTANDER				1									**1**
PUTUMAYO			1										**1**
RISARALDA					2								**2**
TOLIMA				3	2			1	1		1		**8**
VAUPES											1		**1**
TOTAL GENERAL	**2**	**3**	**4**	**10**	**17**	**1**	**0**	**7**	**2**	**4**	**7**	**3**	**60**

EVALUAR LA RESPUESTA INMUNE Y LA EXCRECIÓN VIRAL DE UNA CEPA LENTOGÉNICA del virus de la enfermedad de Newcastle (NDV) administrada a través de alimento y vía agua en machos de ponedora comercial.

Los variables productivas evaluadas estuvieron dentro de los parámetros esperados sin manifestar diferencias estadísticas significativas entre los grupos experimentales. Las aves pertenecientes a los grupos vacunales mostraron una disminución en peso corporal e incremento en conversión alimenticia comparados con el control desde la primera semana postvacunación. Efecto esperado por la demanda metabólica de la respuesta inmune generada por la vacunación.

Se evidenció una diferencia estadística significativa en la respuesta inmune humoral medida a través de pruebas de inhibición de la hemaglutinación en las tres semanas postvacunación comparados con

el grupo control no vacunado. El incremento en los títulos de anticuerpos fue más tardío en el grupo vacunado a través del maíz y se presentó una mayor variación en la respuesta a los 7 días post vacunales presentando diferencias estadísticas significativas con los grupos de vacunación ocular y agua.

• A los 14 y 21 días post vacunación no se evidenciaron diferencias estadísticas en los títulos serológicos de los grupos vacunados a través de las diferentes vías de aplicación: ocular, agua y maíz. Estos resultados preliminares sugieren que la vacunación vía alimento puede ser una alternativa efectiva para aplicación de vacunas como estrategia de prevención de la enfermedad de Newcastle en sistemas de producción a pequeña escala. No obstante, es necesario incluir los factores de excreción viral y respuesta inmune innata para realizar un análisis completo de los resultados obtenidos hasta el momento.

• Todos los resultados obtenidos aplican para las condiciones experimentales descritas. Se deben implementar a futuro las fases in vivo II y de experimentación y seguimiento en condiciones de campo con las particularidades propias de sistemas de producción de pequeña escala con el fin de evaluar la efectividad de éste métodos de vacunación en las condiciones de campo.

ACTIVIDADES PROFESIONALES DE CAMPO

4.305 actividades de campo realizadas por los 16 profesionales de campo durante el año 2021, con cobertura en 25 de los 32 departamentos y 369 municipios del país. Entre otras, dentro de las actividades ejecutadas se encuentran la realización de jornadas de formación a los diferentes actores de la industria en las modalidades operarios, pequeños productores y entidades; la realización de actividades de extensión a productores avícolas; la participación en escenarios de representación del sector y académicos, y otras actividades que se especifican en el siguiente gráfico. En otro apartado se incluyen las actividades de Vigilancia Epidemiológica Activa ejecutadas en el marco del Convenio con ICA de 2021 celebrado con el Instituto Colombiano Agropecuario ICA, así como las actividades de promoción del cumplimiento de la normativa en bioseguridad también ejecutadas por los profesionales de campo del Programa Técnico y que no se evidencian en el presente gráfico.

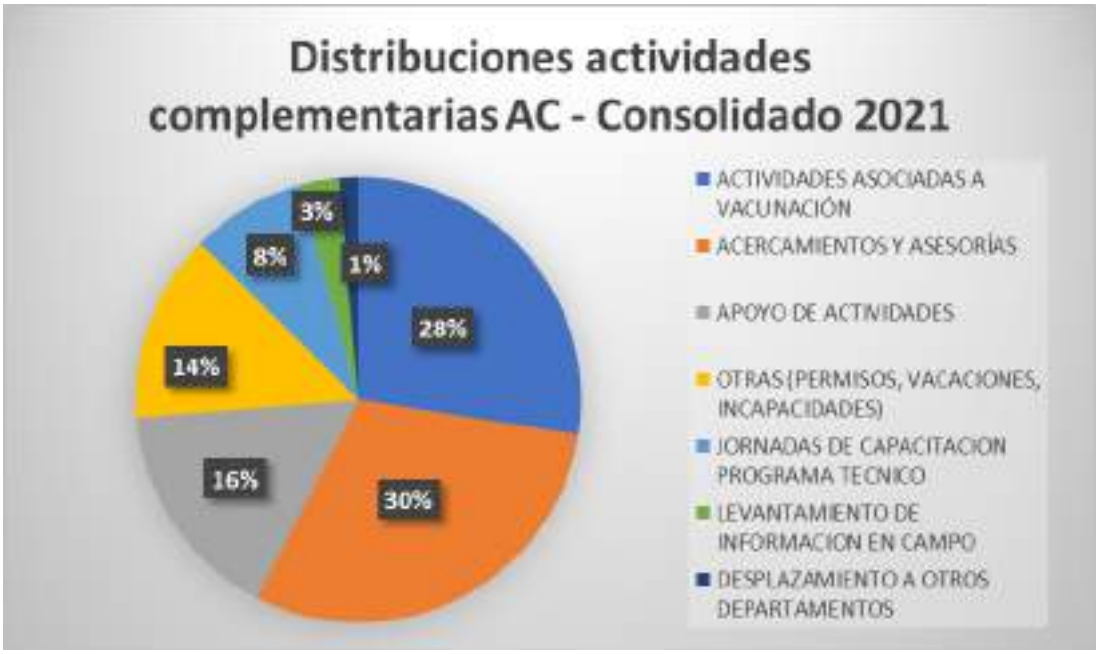


TIPO DE ACTIVIDAD	CANTIDAD	%
ACERCAMIENTO A ENTIDAD GUBERNAMENTAL U OTROS ACTORES	89	3%
ACERCAMIENTO A PRODUCTOR AVICOLA	171	6%
APOYO DE ACTIVIDADES DOCUMENTALES	349	13%
APOYO DE ACTIVIDADES FENAVI Y SECCIONALES	78	3%
ASESORIA PUNTUAL EN BIOSEGURIDAD	330	12%
ASESORIA PUNTUAL EN CONSTRUCCION GRANJAS NUEVAS	61	2%
ASESORIA PUNTUAL SANITARIA Y/O PRODUCTIVA	136	5%
DESPLAZAMIENTO A OTROS DEPARTAMENTOS	38	1%
FENAVI A LAS AULAS	7	0%
INCAPACIDAD MEDICA	36	1%
JORNADA DE VACUNACION DE AVES DE TRASPATIO	605	23%
JORNADAS DE CAPACITACION PROGRAMA TECNICO	220	8%
LEVANTAMIENTO DE INFORMACION EN CAMPO	75	3%
LOGÍSTICA DE VACUNACION	122	5%
SOLICITUD DE PERMISO	59	2%
VACACIONES	233	9%
NO IDENTIFICADOS	33	1%
TOTAL	2642	100%

Las actividades relacionadas con la coordinación y ejecución del programa de vacunación de aves de traspatio contra la enfermedad de Newcastle recogen el 28% del total de las actividades denominadas complementarias a las líneas de acción durante el 2021. De igual manera, 30% de las actividades restantes corresponden a la realización de acercamientos y asesorías brindadas a los diferentes productores avícolas en temas a demanda tales como la construcción de granjas, cumplimiento de normativa en materia sanitaria y de bioseguridad y consultas sobre aspectos sanitarios y de manejo propios de cada explotación; así como acercamiento a entidades gubernamentales.

Las actividades restantes corresponden de manera general al apoyo de los profesionales de campo a Fenavi en temas puntuales de interés en beneficio del sector y capacitación periódica.

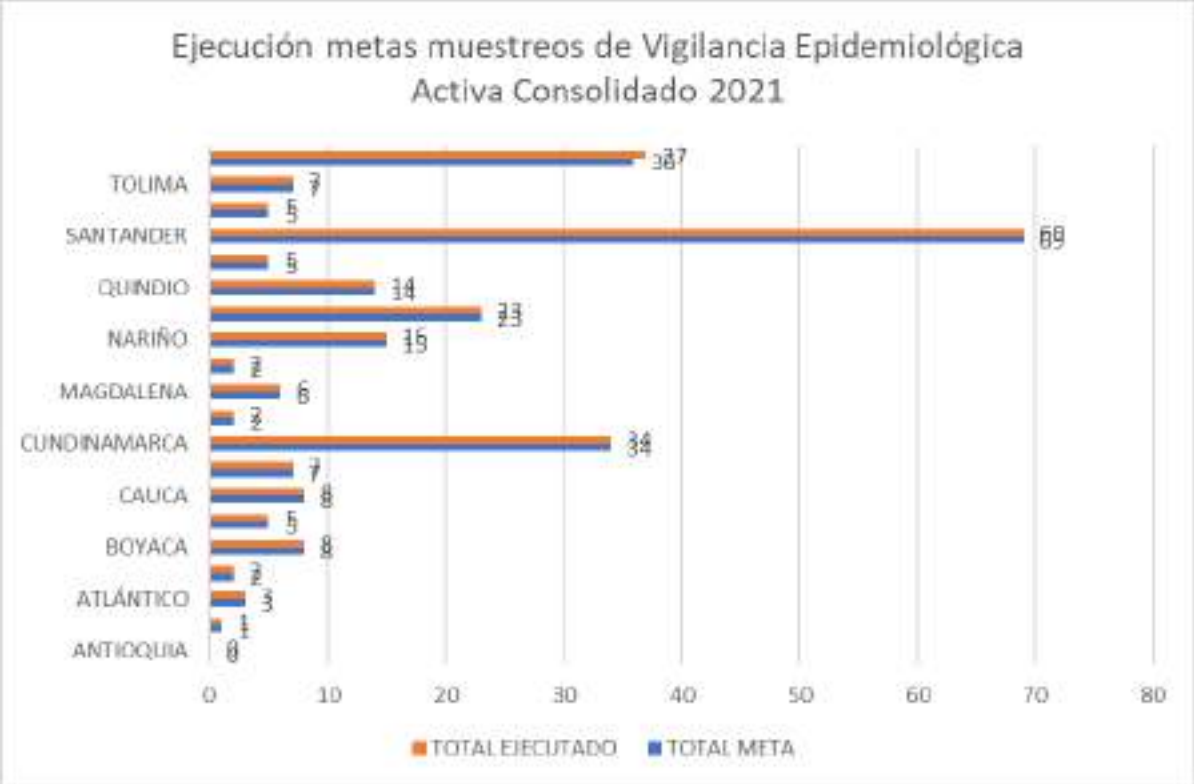
Nota: Se estiman licencias, vacaciones, incapacidades y desplazamientos a fin de facilitar la trazabilidad de las metas en función del tiempo.



Las actividades de formación se concentran en las temáticas de mayor interés e impacto para el sector avícola, con mayor relevancia a los aspectos de bioseguridad, enfermedades aviares, y aspectos de manejo. No obstante, se evidencia la oferta de otras 11 temáticas priorizadas.
Más de 1.100 actividades de formación y capacitación fueron realizadas durante el año 2021 contando con la participación de más de 9.700 beneficiarios.



MUESTREOS VIGILANCIA ACTIVA COMERCIALES NEWCASTLE E INFLUENZA



- **VEA Traspatio Influenza Aviar (Jornadas de vacunación preventiva)** → 604 predios - Anexo 5.2: VEA Traspatio vac IA
- **VEA Traspatio Newcastle (Jornadas de vacunación preventiva)** → / 804 predios – Anexo 5.1: VEA Traspatio vac ENC*

VACUNACIÓN DE AVES DE TRASPATIO

Durante el primer ciclo de vacunación desarrollado en 63 municipios de 18 departamentos del país se censaron 10.304 predios con presencia de aves de traspatio. En estos predios se censaron 310.076 aves. El segundo ciclo de vacunación se desarrolló en 55 municipios de 15 departamentos con un censo de 8.804 predios y 262.683 aves.

Tabla 1: Vacunación aves de traspatio zonas priorizadas I ciclo

Departamento	Municipios	Predios Censados	Predios Vacunados	Aves Censadas	Aves Vacunadas	%
AMAZONAS	1. Leticia	140	137	3275	2991	91%
ANTIOQUIA	1: Vegachí	188	186	6563	4381	67%
ATLÁNTICO	3: Barranquilla, Malambo, Soledad	446	446	10532	10497	100%
BOLÍVAR	1: San Juan Nepomuceno	383	382	10583	10461	99%
CÓRDOBA	1: Pueblo Nuevo	71	71	2628	2356	90%
BOYACÁ	4: Cómbita, Sotaquirá, Ventaquemada, Ocaita	868	868	22451	21759	97%
CAQUETÁ	1. Florencia	588	570	20698	20247	98%
CASANARE	7: Pore, Paz de Ariporo, Trinidad, San Luis de Palenque, Yopal, Aguazul, Maní	1166	1166	33545	32293	96%
CUNDINAMARCA	17: Fómeque, Cáqueza, Ubaque, Ubalá, Cogua, La Mesa, Zipacón, Cachipay, Albán, Guayabal de Síquima, Puerto Salgar, Tocancipá, Zipaquirá, Fusagasugá, Silvania, Tibacuy, Granada	2632	2503	89231	83021	93%
CALDAS	1: La Dorada	146	144	3882	3866	100%
HUILA	2: Pitalito, Rivera	253	245	9085	8468	93%
META	4: Villavicencio, Puerto López, San Carlos de Guaroa, La Uribe	171	171	4554	4450	98%
NORTE DE SANTANDER	5: San Cayetano, Cúcuta, El Zulia, Villa del Rosario, Gramalote	398	398	15188	15046	99%
QUINDÍO	3: Buenavista, Córdoba, Pijao	103	103	2639	2632	100%
SANTANDER	1: Lebrija	117	113	8728	8427	97%
SUCRE	1: Sucre	216	216	3945	3673	93%
TOLIMA	9: Ibagué, Guamo, Espinal, Coyaima, Purificación, Saldaña, Rovira, Valle de San Juan, San Luis	1953	1697	54988	47943	87%
VAUPÉS	1: Mitú	465	455	7561	7143	94%
Total Nacional	**63**	**10304**	**9871**	**310076**	**289654**	**93%**

Tabla 2: Vacunación aves de traspatio zonas priorizadas II ciclo

Departamento	Municipios	Predios Censados	Predios Vacunados	Aves Censadas	Aves Vacunadas	%
ANTIOQUIA	1: Vegachí	189	165	4373	3830	88%
ATLÁNTICO	3: Barranquilla, Malambo, Soledad	461	461	11483	11390	99%
BOLÍVAR	1: San Juan Nepomuceno	569	564	9705	9478	98%
CÓRDOBA	1: Pueblo Nuevo	108	108	4135	3675	89%
BOYACÁ	6: Cómbita, Sotaquirá, Ventaquemada, Ocaita, Tuta, Motavita	865	864	20042	19454	97%
CUNDINAMARCA	17: Fómeque, Cáqueza, Ubaque, Ubalá, Cogua, La Mesa, Zipacón, Cahipay, Albán, Guayabal de Síquima, Puerto Salgar, Tocancipá, Zipaquirá, Fusagasugá, Silvania, Tibacuy, Granada	2250	2132	82044	79167	96%
CALDAS	1: La Dorada	151	150	3717	3697	99%
HUILA	2: Pitalito, Rivera	377	333	11298	10927	97%
META	4: Villavicencio, Puerto López, San Carlos de Guaroa, La Uribe	371	353	7713	7625	99%
NORTE DE SANTANDER	4: Cúcuta, El Zulia, Villa del Rosario, Gramalote	513	513	23151	23127	100%
QUINDÍO	3: Buenavista, Córdoba, Pijao	94	94	3103	3081	99%
SANTANDER	1: Lebrija	120	119	6741	6741	100%
SUCRE	1: Sucre	0	0	0	0	
TOLIMA	9: Ibagué, Guamo, Espinal, Coyaima, Purificación, Saldaña, Rovira, Valle de San Juan, San Luis	2314	2134	69360	67633	98%
VAUPÉS	1: Mitú	422	403	5818	5395	93%
Total Nacional	**55**	**8804**	**8393**	**262683**	**255220**	**97%**

ASESORÍA DR. ALVARO GONZALEZ

OBJETO: Asesorar y orientar a FENAVI-FONAV en la formulación y ajustes a las estrategias y metodologías de los programas de control oficial y de reporte obligatorio, así como en temas relacionados con inocuidad.

Se registran un total de 16 reuniones **Temas tratados en reuniones:**

- Revisiones documentos: “Preparación para exportar”, proyectos normativos ICA sobre medidas sanitarias de ENC Notificable, autodeclaración de país libre, Información Complementaria autodeclaratoria y anexos
- Evaluación casos particulares de los muestreos programados para ejecutar en las zonas urbanas en el marco de la VEA en las veredas de riesgo
- Entrevista para elaboración artículo sobre autodeclaración como país libre de la ENC notificable”
- Apoyo en construcción presentación resumen sobre la estructura de la OIE y el proceso para la construcción y aprobación de un capítulo o norma.
- Evaluación del documento de factores de riesgo en zona de frontera para la creación de la estrategia de vacunación preventiva en zonas de frontera.

Semana de trabajo del 29 de noviembre al 03 de diciembre 2021:

FECHA	HORARIO	ACTIVIDAD

Lunes 29/11/2021	8:00 -8:15 AM	Instalación semana de trabajo ICA-Fenavi FONAV
	8:15 - 1:00 PM	Presentación de resultados de VEA de Newcastle e Influenza 2021
		Presentación VEA en veredas de riesgo en el marco de la vacunación preventiva 2021 Presentación de la Encuesta Factores de Riesgo veredas vacunación preventiva. Presentación Programa de vacunación preventiva estratégica en frontera 2022
		Reporte de resultados por VEP para Newcastle - 2021
	1:00 - 2:00 PM	**Almuerzo**
	2:00 - 5:00 PM	Formulación de modelo de vigilancia epidemiológica activa de Newcastle 2022 Actualización ponderación factores de riesgo Estructuración VEA de veredas de riesgo en el marco de vacunación estratégica preventiva 2022
Martes 30/11/2021	8:00 AM- 1:00 PM	Presentación reporte de granjas de material genético aviar y granjas de postura inscritas en los programas de Monitoreo para Reconocimiento como libre de Pulorosis y Tifosis
		Presentación propuesta de trabajo fortalecimiento de la vigilancia en aves silvestres en el marco del estatus sanitario de país libre de Influenza aviar y Newcastle Notificable
	1:00 - 2:00 PM	**Almuerzo**
	2:00 - 5:00 PM	Presentación de análisis de rutas críticas VEA y VEP 2021 (ENC-IA y S.A) Presentación resultados Diagnóstico diferencial y ruta crítica (LTI / BI)
Miércoles 1/12/2021	8:00 - 1:00 PM	Alineación a los documentos IA (Plan de contingencia e instructivos técnicos) Revisión resultados proyecto CES - Sistema de Atención de Emergencias. Continuación estructuración SAE Sistema de Antención de Emergencias --> Antes Sistema Comando de incidentes SCI
	1:00 - 2:00 PM	**Almuerzo**
	2:00 -5:00 PM	Estructuración simulacro IA 2022 Formulación de modelo de vigilancia epidemiológica activa de IA 2022
Jueves 2/12/2021	8:00 - 1:00 PM	Evaluación acciones sanitarias a casos positivos tifosis aviar
	1:00 - 2:00 PM	**Almuerzo**
	2:00 -5:00 PM	Abordaje temáticas pendientes: - Establecer la herramienta de análisis de riesgo como metodología para toma de decisiones de sanidad avícola y comercio - Actividades con galleros (identificación (carnetización-formalización), control movimientos, educomunicación - Avances en el sistema de compensación
Viernes 3/12/2021	8:00 AM- 10:00 AM	**DESAYUNO DE TRABAJO** Desarrollo del comité directivo ICA-FENAVI Avances Programas sanitarios enfermedad de control oficial Simulacro Influenza aviar
	10:00 AM - 1:00 PM	Revisiones a los ajustes en el código de OIE capítulos de IA y Micoplasma
	1:00 A 2:00 PM	**Almuerzo**
	2:00 - 5:00 PM	Conclusiones finales de la semana de trabajo

Como principales conclusiones de la semana de trabajo se tiene:

- Fortalecimiento del trabajo conjunto entre ICA-FENAVI.
- Los programas sanitarios deben ser reestructurados y actualizados a la realidad sanitaria del país.
- Fortalecimiento de la participación de otras áreas, diferentes a la sanidad, para poder integrar de manera adecuada las líneas de trabajo.

AREA DE INFLUENCIA Y POBLACIÓN BENEFICIADA. Avicultores del territorio nacional

IMPACTO Y CONCLUSIONES: En proceso

INDICADORES.

Objetivo específico 1. Influenza

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Cumplimiento
Aporte de recursos para la adquisición de materiales y reactivos para la toma y procesamiento de muestras en el laboratorio oficial para los programas de vigilancia epidemiológica activa de influenza aviar	Firmar acuerdo con el ICA para aportar los recursos para adquisición de materiales y reactivos para el procesamiento de muestras para influenza aviar.	Número de unidades epidemiológicas muestreadas de acuerdo al plan de monitoreo oficial	Convenio de cooperación ICA FENAVI	100% 2.334 predios muestreados. Se realizó la firma del convenio de cooperación y las actividades están en desarrollo
Apoyar el fortalecimiento del país para enfrentar una posible emergencia sanitaria.	Contar con equipo de atención de emergencia	Equipo	Evidencia equipo y manual	100% se cuenta con equipo de sacrificio en espuma

Objetivo específico No 2: Newcastle

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Cumplimiento
Contratación de profesionales	18	MV /MVZ contratados	Contratos laborales	100%
Actividades enfocadas al objeto de erradicación de enfermedad de Newcastle	1	Muestreo nacional por región según modelo determinado	Informes de gestión	100% 2.788 predios
Envío de muestras de casos compatibles al laboratorio	100%	Solicitudes de ICA de envíos	Informes de gestión	100% 215 envíos
Contratación de profesional para diagnóstico fines de semana y festivos	1	Número de contratos	Contrato firmado e informes	100% 60 casos
Atención de focos positivos de Newcastle. Contratación de personal y adquisición de materiales	0	(Indicador negativo) se espera no gastar el recurso por la no presentación de casos positivos	Informes de vacunación	No se han presentado focos

Asesoría internacional programa sanitario	2	Contratación de asesor	Informes de gestión	100%
Ciclo de vacunación de aves de traspatio en zona de riesgo	2	Número de escenarios	Informes de vacunación	100% 2 ciclos de vacunación en zonas priorizadas
Investigación vacunación masiva	1	Estudio adelantado	Informe de resultados	100% finalizada la fase del proyecto con resultados favorables para seguir la siguiente etapa

Objetivo específico No 3: enfermedades impacto

Acciones	**Metas**	**Indicadores**	**Fuentes de verificación**	**Cumplimiento**
Aportar materiales y reactivos al ICA para diagnóstico diferencial (laringotraqueitis y bronquitis)	Firmar acuerdo con el ICA para aportar los recursos para adquisición de materiales y reactivos para el procesamiento de muestras para bronquitis y laringotraqueitis	Número de unidades epidemiológicas	Convenio de cooperación y respectivos informes	Firma de convenio de cooperación con ICA. Adquisición de elementos y procesamiento de muestras

2. CULTURA SANITARIA, AUTOGESTIÓN Y CAPACITACIÓN A PEQUEÑOS Y MEDIANOS PRODUCTORES

OBJETIVO:

Promover una cultura sanitaria y de autogestión en materia de sanidad, productividad y bienestar animal.

OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL PROYECTO:

- Realizar actividades en producción primaria que promuevan la inocuidad
- Realizar actividades encaminadas a promover entre los productores la implementación de buenas prácticas de bienestar animal en la producción primaria y gestionar proyectos y acciones en materia de enfermedades de importancia para el sector.
- Realizar actividades en la implementación de medidas de gestión de riesgo con base en la normativa ICA en Plantas de Alimento de Autoconsumo

VIGENCIA: 01 de enero a 31 de diciembre de 2021

RESULTADOS. Se realizaron las actividades planteadas en el proyecto, realizando actividades de difusión, bienestar animal e inocuidad. Las actividades detalladas se encuentran a continuación

DESARROLLO Y ESTADO ACTUAL.

MEDIDAS DE CONTINGENCIA FRENTE A RESTRICCIONES ABRUPTAS DE ALIMENTO Y RESPUESTA DE VACUNAS SG 9R:



FECHA: 25 de Agosto

INSCRITOS: 166 personas inscritas en plataforma.



LINK: https://www.youtube.com/watch?v=ojv0pEhazls

SALMONELLA PARA PEQUEÑOS PRODUCTORES DEL ORIENTE DE CUNDINAMARCA:



FECHA: Julio 28 de 2021

INSCRITOS: 186 personas inscritas en plataforma.

ASISTENTES: 86 asistentes registrados en plataforma



LINK: https://www.youtube.com/watch?v=rYEyH0CFJcs&t=100s

ASESORÍA DRA. MARTHA PULIDO.

Objeto: Asesorar y orientar en el proceso de formulación y ajustes de estrategias y acciones involucrados en los programas referentes a la lucha contra resistencia antimicrobiana, residuos de antimicrobianos, salmonella y otros agentes relacionados con inocuidad y sanidad aviar, considerando los lineamientos de entidades de referencia mundial y normas de otros países.

Apoyo en revisión proyectos normativos ICA:

- "Por medio de la cual modifica la Resolución 17753 del 5 de noviembre de 2019" "Por medio de la cual se establece el Programa Nacional de Control y Erradicación de las Salmonellas aviares (Pullorum y Gallinarum) en aves de corral dentro del territorio nacional."
- "Por medio de la cual se establecen los requisitos y el procedimiento para el registro de las empresas fabricantes, e importadoras de productos farmacéuticos, cosméticos, desinfectantes, ectoparasiticidas y productos de uso veterinario ante el ICA"

- "Por medio de la cual se establecen los requisitos para el registro ante el ICA de biológicos, reactivos y kits de diagnóstico para uso veterinario".(2 consultas públicas).

Actividades referentes a la lucha contra la resistencia antimicrobiana RAM

- Apoyo para la revisión y construcción de propuesta desde Fenavi para las conferencias con su experto del tema en el II Seminario RAM.
- Revisión documento sobre criterios para la restricción de Antimicrobianos en la Unión Europea

Estudios de caso

- Identificación de recomendaciones a los avicultores en cuanto a la metodología adecuada para la eliminación de la vacuna de S. Gallinarum 9R en granjas con historial de S.G de campo.

Consultorías técnicas en sanidad aviar

- Situación salmonelosis aviar
- Medidas de contingencia ante situaciones de paro
- Procesos de pausa ovárica inducida por restricción alimenticia y consecuencias
- Situación ante escenarios de aves vacunadas con 9R

Análisis técnico-sanitario sobre la solicitud de autorización de vacunas de cepas variantes de Bronquitis Infecciosa

- Apoyo en el análisis para la determinación de la prevalencia de salmonellas paratíficas en material genético y de salmonellas aviares en postura

Conferencias

- "Entendiendo como funciona una vacuna de SG 9R" _ público pequeños productores avícolas _ 28 de julio de 3 a 5 pm.
- "Medidas de contingencia frente a situaciones imprevistas que pueden afectar la salud y el manejo de granjas avícolas" _ público general 25 agosto_ 8 a 10 am

REUNIONES ESTRATEGIA PARA LA IDENTIFICACIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE SALMONELOSIS AVIAR EN MATERIAL GENÉTICO AVÍCOLA EN COLOMBIA.

Cuatro jornadas de trabajo con las empresas de MGA del país. Coordinadas desde FENAVI y con la participación de la Dra. Martha Pulido. Puntos tratados:

- ✓ Contextualización de la situación actual de S.G en el país (Dr. Gonzalo Moreno).
- ✓ Consideraciones generales Salmonella Gallinarum.
- ✓ Metodología de trabajo puesta.
- ✓ Presentación del formulario para recolección de información.
- ✓ Aspectos importantes Resolución 17753 de 2019

Miércoles 10 noviembre 2021 - 7:00 a 8:00 am Seccional Antioquia

- 8:00 a 9:00 am Seccional Bogotá / Parte 1

Jueves 11 noviembre 2021
- 7:00 a 8:00 am Seccional Centro
- 8:00 a 9:00 am Seccional Costa

Viernes 12 noviembre 2021
- 7:00 a 8:00 am Seccional Santander
- 8:00 a 9:00 am Seccional Valle

Miércoles 17 noviembre 2021
- 7:00 a 8:00 am Seccional Bogotá / Parte 2
- 8:00 a 9:00 am Seccional Valle / Nariño

De acuerdo con el registro de las reuniones y la información suministrada por las directoras de las seccionales, las empresas convocadas y asistentes a las reuniones fueron:

ACONDESA
AGROAVICOLA SAN MARINO LTDA
ANTIOQUEÑA DE INCUBACIÓN
AVICOLA COLOMBIANA S.A.
AVICOLA LOS CAMBULOS LTDA.
AVICOLA MILUC SAS
AVICULTORRES DE COLOMBIA
AVIDESA DE OCCIDENTE S.A. - MAC POLLO
AVIKEM SAS
CARGILL - POLLOS EL BUCANERO S.A.
AVICOLA ESTEMAZ SAS
AVICOLA VILLA LOURDES
AVIMA S.A
COBB COLOMBIA SAS
COLOMBIANA DE AVES - COLAVES
COOPVENCEDOR
DISTRAVES S.A.
DON POLLO
DR. FINCA
HY - LINE SAS
INCUBACOL S.A. -PURO POLLO
INCUBADORA AVICOLA DE NARIÑO S.A.S
INCUBADORA DEL SUR
EMPOLLACOL S.A.
FABIPOLLO S.A.
H.F. DE COLOMBIA S.A.
INCUBADORA INTERNACIONAL DE AVES
INCUBADORA SANTANDER S.A.
INVERSIONES EL DORADO SAS
MI POLLO
OPERADORA AVICOLA COLOMBIA SAS
PLUMAS Y AGRO S.A.S
POLLO ANDINO LTDA
POLLOS SAVICOL S.A.
PROGRAMAS Y SERVICIOS PECUARIOS SAS
TRIANGULO POLLORICO S.A.
INCUBADORA ASES
PRONAVICOLA S.A.
REPRODUCIR GENETICA AVICOLA

Formulario de recolección de información: Para ingresar al formulario dar click en el siguiente enlace https://forms.office.com/r/5kBXN26XQ4



Resumen de participación: A corte 9 de diciembre 08:00 am, el formulario cuenta 112 repuestas correspondientes a 112 predios, 24 empresas participantes y 8 departamentos.

Reporte de los resultados: 6 casos reportados como positivos para salmonelosis aviar.

ALIAS EMPRESA	DEPARTAMENTO	SISTEMA PRODUCTIVO	LÍNEA	CAPACIDAD ENCASETAMIENTO	SIGNOS CLÍNICOS PRESENTADOS	LAB DX	TÉCNICA DX
EMPRESA 1	CUNDINAMARCA	REPRODUCTORAS	PESADA	30	ALTERACIÓN DE PARÁMETROS PRODUCTIVOS,AUMENTO DE MORTALIDAD;	PARTICULAR	AISLAMIENTO;
EMPRESA 2	CUNDINAMARCA	REPRODUCTORAS	PESADA	20000	AUMENTO DE MORTALIDAD,ASINTOMÁTICA,DEPOPULADA;	PARTICULAR	AISLAMIENTO;
EMPRESA 3	CUNDINAMARCA	REPRODUCTORAS	PESADA	21000	ALTERACIÓN DE PARÁMETROS PRODUCTIVOS,AUMENTO DE MORTALIDAD;	PARTICULAR	SEROTIPIFICACIÓN;
EMPRESA 4	CUNDINAMARCA	REPRODUCTORAS	PESADA	6500	ASINTOMÁTICA;	OFICIAL ICA	SEROTIPIFICACIÓN;
EMPRESA 5	CUNDINAMARCA	REPRODUCTORAS	LIVIANA	10000	MORTALIDAD LEVE PASAJERA;	PARTICULAR	AISLAMIENTO;
EMPRESA 5	CUNDINAMARCA	REPRODUCTORAS	LIVIANA	5000	MORTALIDAD LEVE PASAJERA;	PARTICULAR	AISLAMIENTO;

II SEMINARIO RAM "Enfoque práctico en el manejo responsable de antimicrobianos"

Objetivo: Generar un espacio para la construcción en conjunto de los compromisos que nos permitan definir políticas e implementar estrategias prácticas en beneficio de la promoción del uso responsable de los antimicrobianos en las especie aviar, con el propósito de compartir con los directores técnicos, veterinarios y demás actores responsables en el uso y manejo de medicamentos en la industria avícola, así como para conocer experiencias en el diseño y desarrollo de estrategias regionales y locales que servirán como referente para el abordaje integral para la lucha de esta temática a nivel nacional.





Total Inscritos: 2315

- **Asistencia día 1 – 15 de Septiembre 2021:** 850 personas
- **Asistencia día 2 – 16 de Septiembre 2021:** 662 personas

Conclusiones de la jornada:

- **Conferencia Dr. Bruno Gonzáles Zorn:** La resistencia a antimicrobianos no es un problema unifactorial y su panorama se ha exacerbado con la pandemia del Covid, evidenciándose una mayor dinámica de traspaso de genes de resistencia en el hombre, además de los hallazgos preocupantes del aumento de bacterías multirresistentes en las aguas residuales, especialmente las provenientes de hospitales, por ello, debe abordarse desde los diferentes sectores bajo un enfoque de responsabilidad compartida, donde los profesionales en medicina deben reforzar sus conocimientos en RAM, ya que se ha encontrado que el grado de Resistencia en un país es inversamente proporcional al nivel de conocimiento del tema en los profesionales de la salud.

- **Conferencia Dr. Santiago Henao:** No se puede perder de vista la responsabilidad y el papel fundamental del autogobierno al momento de tomar decisiones, y que estas, se tomen racionalmente, es decir, considerando los beneficios, los costos y los riesgos que dicha decisión incluye resulta primordial para garantizar que las acciones y resultados consecuentes, vayan en línea con el interés general y no se inclinen por favorecer intereses particulares. Por lo que es muy importante que se realice una evaluación ética estructurada, especialmente en lo que respecta a la eficacia y la utilidad terapéutica de los antimicrobianos, para no comprometer su potencial utilizable para otros sectores en el presente y el futuro. Esta premisa debe destacarse en el desarrollo de directrices sobre la formulación y uso de antimicrobianos a lo largo de la cadena de producción de proteína de origen animal. Finalmente, tenemos, desde lo personal y profesional, una responsabilidad protagónica en la ruptura de cadenas conducentes a la desinformación, y debemos trabajar en procesos de capacitación que disminuyan la resistencia a los antimicrobianos.

- **Conferencia Dr. Alejandro Soraci:** Es indiscutible que el médico veterinario juega un rol fundamental en el manejo de la RAM, ya que los tratamientos deben realizarse siempre bajo sus recomendaciones y estas a su vez deben estar basadas en pruebas que identifiquen cuál es la mejor alternativa en la granja o sistema productivo puntual. Es por esto que desde las facultades y escuelas se deben doblar los esfuerzos para garantizar que los estudiantes tengan muy clara la importancia del buen uso de los antimicrobianos. Así mismo, el profesional debe estar en continua capacitación, participando de espacios como lo es este foro en el que pueda actualizar sus conocimientos y así identificar mejores alternativas. Por otro lado, se deben articular esfuerzos para que las industrias dispongan de la información de los medicamentos de manera más amplia para que los veterinarios tengan tratamientos más acertados. Finalmente, es importante que este asunto no recaiga solo en el veterinario sino que desde la gerencia o desde los productores y trabajadores se debe tener conciencia sobre la resistencia y cómo finalmente nos afecta a todos.
-
- **Conferencia Dr. Jeroen Dewulf:** A pesar de los grandes retos relacionados con la resistencia antimicrobiana en humanos, animales de compañía y productores, y el ambiente, y los correspondientes problemas que implica para la salud pública, existen opciones para lograr la reducción de la resistencia y evitar que lleguemos a ese terrible panorama de más de 10 millones de muertes en el mundo por esta causa. La evidencia empírica y técnica nos muestra que hay un camino a través de la implementación adecuada de estrategias preventivas de bioseguridad y del uso responsable de antimicrobianos, bien sea a través de la reducción de su uso, dosificación, duración del tratamiento, revisión de las vías de administración, y el uso de alternativas.

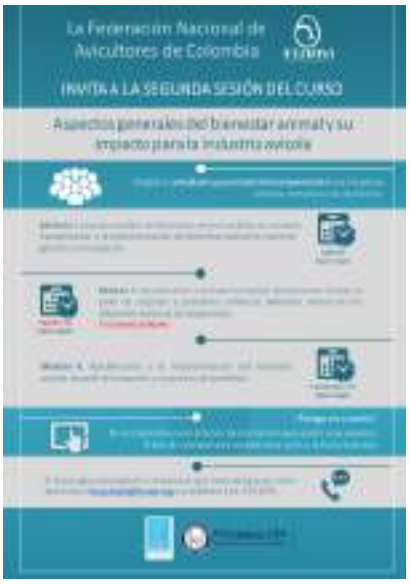
- **Conferencia Dr. Armando Hoet:** Es claro que la resistencia antimicrobiana catalogándose como uno de los problemas de salud pública más importantes a nivel mundial, necesita de acciones articuladas entre diferentes actores que tal vez no erradique el problema como lo han manifestado algunos de nuestros conferencistas, sino que se debe permitir las condiciones que le den un correcto manejo a esta situaciones, de allí la importancia que la organización mundial del comercio inicie con estas directrices a través del Codex alimentario y así mismo la FAO haya creado esta ruta progresiva para la gestión de la resistencia a los antimicrobianos como guía para la asesoría, proyección, elaboración e implementación de un programa de uso adecuado de antimicrobianos y disminución en el riesgo de resistencia antimicrobiana en los diferentes países.

BIENESTAR ANIMAL – CURSOS PARA GERENTES Y AVICULTORES

Desde el gremio se identifica la necesidad de generar estrategias que promuevan la sensibilización, comunicación, comprensión e implementación de las consideraciones de bienestar animal aplicables

al sector avícola, es así que en el marco de trabajo se desarrollaron dos cursos en el 2021 con el apoyo de la Universidad CES.

La Federación Nacional de Avicultores de Colombia – FENAVI en un trabajo conjunto con La Universidad CES, han identificado la necesidad de generar estrategias que promuevan la sensibilización, comunicación, comprensión e implementación de las consideraciones de bienestar aplicables al sector avícola por parte de los diferentes actores involucrados en la cadena productiva, que propendan por el mejoramiento y mantenimiento de los estándares de bienestar animal, así como, permitan profundizar el conocimiento en esta área de interés mundial, en la búsqueda de un solo bienestar en beneficio del cuidado de los seres humanos y de los animales, que contribuya al desarrollo económico y social del país, de la sostenibilidad del sector avícola y la nutrición de todos los colombianos.





CURSO 1 - Aspectos generales del bienestar animal y su impacto en la industria avícola.

TOTAL INSCRITOS: 174 Personas inscritas en formulario.

Dirigido a gerentes, avicultores y personal del nivel gerencial, el cual propende por la orientación en la toma de decisiones a corto y mediano plazo basado en el entorno productivo, socio económico y político de la región.

Fecha	Tema	Facilitador	Asistentes	Link de sesión
29 Abril 2021	Acercamiento y comprensión del concepto de bienestar animal	Genaro Miranda	84	https://zoom.us/j/9810231910
	El bienestar animal en las agendas mundiales, marco regulatorio y tendencias"	José Ignacio Barragán	84	
16 Julio 2021	Impacto Jurídico del bienestar animal: análisis de contexto	Sergio Gómez Blanco	33	https://zoom.us/j/9810231910
	Aproximación a la implementación del bienestar animal en el eslabón de incubación	Márcio Gereti	33	
26 Agosto 2021	Aproximación a la implementación del bienestar animal en el eslabón de ponedora comercial	Raúl Rodríguez	62	https://zoom.us/j/9810231910

	Aproximación a la implementación del bienestar animal en el eslabón de pollo de engorde	Carlos Mario Plano	62	
10 Septiembre 2021	Aproximación a la implementación del bienestar animal en los eslabones de transporte y beneficio	Victor Abreu de Lima	33	https://zoom.us/j/9810231910

CURSO 2 - Aspectos técnicos relevantes e implementación del bienestar animal en la industria avícola.

TOTAL INSCRITOS: 226
TOTAL CERTIFICADOS: 54 participantes certificados.
Dirigido a Personal técnico de las áreas de sanidad, inocuidad, calidad, bioseguridad y afines, con el cual se profundizarán aspectos técnicos del bienestar aplicables a la avicultura que orienten a la posterior implementación de acciones.

Fecha	Tema	Facilitador	Asistentes	Link de sesión
15 Julio 2021	Definición, historia, entendimiento de las cinco libertades y otras visiones del bienestar animal. Bienestar y proteccionismo.	Genaro Miranda de La Lama.	115	https://zoom.us/j/7104943030
	Componentes y sistemas de afrontamiento de los animales a los desafíos del entorno.	Genaro Miranda de La Lama.	115	
29 Julio 2021	Bienestar animal y producción: análisis de la aplicabilidad de las visiones del bienestar animal con enfoque a los sistemas de alojamiento.	Francisco Garay.	100	https://zoom.us/j/7104943030
	Comportamiento animal: domesticación, tipos de aprendizaje; comportamientos de mantenimiento.	Ricardo Ferrari	92	
12 Agosto 2021	Aspectos fisiológicos del bienestar animal: factores estresantes, fisiología del dolor y mecanismos de adaptación	Marcelo Zysman	94	https://zoom.us/j/7104943030
	El bienestar animal en las agendas mundiales, tendencias globales, mercados y consumidor.	José Ignacio Barragán	91	
27 Agosto 2021	Marco regulatorio en bienestar animal: contexto mundial y nacional.	Lina Machado Reyes.	104	https://zoom.us/j/7104943030
	Impacto jurídico del bienestar animal: análisis del contexto.	Sergio Gómez Blanco.	98	https://zoom.us/j/7104943030
09 Septiembre 2021	Ética profesional y bienestar animal. Una sola salud, un solo bienestar	Santiago Henao	92	https://zoom.us/j/7104943030
	Indicadores para la medición del bienestar animal: de la gestión, el entorno y los animales.	Genaro Miranda de La Lama.	90	https://zoom.us/j/7104943030
23 Septiembre 2021	Bienestar animal en material genético e incubación.	Márcio Gereti.	96	https://zoom.us/j/7104943030
7 Octubre 2021	Bienestar animal en aves destinadas a la producción de carne.	Carlos Mario Plano	77	https://zoom.us/j/7104943030

21 Octubre 2021	Bienestar animal en aves destinadas a la producción de huevos.	Raúl Rodríguez García.	87	https://zoom.us/j/7104943030
11 noviembre 2021	Bienestar animal durante el transporte de aves: del atrape a la planta de beneficio.	Víctor Abreu de Lima.	79	https://zoom.us/j/7104943030
18 noviembre 2021	Bienestar animal durante el proceso de beneficio de aves.	Víctor Abreu de Lima.	90	https://zoom.us/j/7104943030

Listado de personas certificadas en el curso de B.A para técnicos.

#	APELLIDOS	NOMBRES	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO DE CONTACTO	ASISTENCIA ACUMULADA (80%)	NOTA EXAMEN (70 PTS)	CONTEO DE ASISTENCIAS
1	ARANGO BARBOSA	VICTOR HUGO	14890420	jefezonaejecafetero@avidesadeoccidente.com	3164784134	90	70	18
2	AROCA PEDROZA	DANIEL HUMBERTO	1032471202	dharoca@fenavi.org	3103404017	90	75	18
3	ASPRILLA OYOLA	ANA CATALINA	1067843571	acasprilla@fenavi.org	3102534612	100	85	20
4	BELTRÁN LÓPEZ	JADY MARCELA	1032445163	jady.mar@gmail.com	3005325771	80	85	16
5	CARDENAS SANTOS	CAMILO ANDRÉS	1100951890	camilo_andres_cardenas@cargill.com	3102133938	80	75	16
6	CASTAÑEDA HERNANDEZ	JHON MAURICIO	1110060509	jhon.castaneda@cun.edu.co	3005936655	80	80	16
7	CASTAÑO OTALVARO	HAROLD	75086205	jefedezonabuga@avidesadeoccidente.com	3113771629	90	75	18
8	CORREA MARTINEZ	EDGAR ERNESTO	7170545	edgar_correa@cargill.com	3138878423	90	70	18
9	CRUZ GONZÁLEZ	YESENIA	1032414734	ycruz@fenavi.org	3103403210	90	75	18
10	CUADROS SALCEDO	SANDRA MARCELA	1115077458	sandra_cuadrossalcedo@cargill.com	3176824795	95	70	19
11	DIAZ ARIAS	DIEGO ANDRES	91521600	diego_diaz@cargill.com	3176796734	80	80	16
12	FERNANDEZ GOMEZ	ANDREY CAMILO	1006688587	fernandezgomez_2000@outlook.es	3123102176	85	80	17
13	FORERO SANCHEZ	GLORIA PATRICIA	30331038	laboratoriona@nutriavicola.com	3183438139	90	85	18
14	GARAY PINEDA	FRANCISCO JOSÉ	98569098	fgaray@ces.edu.co	3216094399	80	100	16
15	GARCÍA RODRÍGUEZ	YIRETH VALENTINA	1005324248	yirethrodriguezg@gmail.com	3002939993	100	85	20
16	GONZALEZ ARDILA	PEDRO	91103887	pedro_gonzalez_ardila@cargill.com	3123004213	75	**80**	15
17	GUTIERREZ ZABALA	HUGO ALEJANDRO	1096954607	hugo_gutierrez@cargill.com	3157685367	85	75	17
18	GUZMAN CAICEDO	HERNANDO	79433936	hguzman@nutriavicola.com	3007979102	100	75	20
19	HERNANDEZ DUQUE	JUAN JOSE	1110581914	juan.hernandez@triplea.co	3112517965	85	70	17
20	HERNÁNDEZ RUEDA	NATHALIA ANDREA	1098616111	nhernandez@distraves.com	3202717326	80	85	16
21	HURTADO GRANADA	DIEGO JULIÁN	13511260	diego.hurtado@kikes.com.co	3118038118	80	80	16
22	HURTADO MURCIA	OSCAR MAURICIO	1117491322	oscar.hurtado@ica.gov.co	3167319774	85	75	17
23	HURTADO PALOMINO	HECTOR ANIBAL	91237760	hector.hurtado@ica.gov.co	3163955027	80	70	16
24	JARAMILLO DIAZ	FLORALBA	65744761	yanury.ramirez@triplea.co	3218512492	80	75	16
25	LOAIZA GALLEGO	GUSTAVO ADOLFO	1053814388	gustavo_loaiza@cargill.com	3168839352	90	75	18
26	MARCILLO ESCOBAR	MAURICIO	5292911	mmarcillo@fenavi.org	3103404519	90	75	18
27	MARIN MONSALVE	MANUELA	1037619306	mmarin@fenavi.org	3103403628	95	85	19
28	MEZA URZOLA	CLAUDIA STELLA	45481213	clavet01@hotmail.com	312623053	85	70	17
29	MONTAÑEZ DURAN	DIEGO FRANCISCO	1098671024	dfmontanez@fenavi.org	3103403810	95	90	19
30	MORALES CORDOBA	MIGUEL DARIO	1069462820	mdmorales@fenavi.org	3103375776	100	90	20
31	MUÑOZ ARTEAGA	VALENTINA	1053788291	vmunoz@fenavi.org	3103402481	90	75	18
32	OBREGON DIAZ	CARLOS EDUARDO	91476807	jefedezonadircasia@avidesadeoccidente.com	3126112482	85	70	17
33	OSPINA PEÑUELA	JOHN EDGAR	1110454425	jospina@pronavicola.com	3168760524	85	95	17
34	QUIJANO RAMIREZ	JUAN SEBASTIÁN	1110585085	sebasquijano14@gmail.com	3232227372	85	80	17
35	RAMIREZ AYA	EDGAR ANTONIO	93366135	edgar.ramirez@nutriavicola.com	3184984795	80	100	16
36	RAMIREZ DIAZ	YANURY	65709844	yanury.ramirez@triplea.co	3218512492	95	80	19
37	RAMIREZ LIEVANO	LINA MARIA	52340966	lina.ramirez@triplea.co	3215531895	85	80	17
38	RIVERA GIL	KATHERYNE	1053765373	katheryneriveragil@gmail.com	3167258225	90	70	18
39	RODRÍGUEZ BAUTISTA	PAOLA	52862156	prodriguez@fenavi.org	3103403040	85	75	17
40	RODRIGUEZ RODRIGUEZ	DIANA MARIA	29679804	diana_r@cargill.com	3218037228	80	75	16
41	ROJAS ALZATE	JUAN MANUEL	1049640844	jmrojas@fenavi.org	3222181956	80	**70**	16
42	ROMERO MORENO	HENRRY MAURICIO	1033722778	henrry_romero@cargill.com	3112838756	95	70	19
43	RUIZ MARCONI	SERGIO HERNANDO	91519230	sruiz@fenavi.org	3103402632	100	90	20
44	SALAZAR AGUIRRE	MARGARITA	38264622	msalazar@fenavi.org	3103404476	90	85	18
45	SAYUR RAMIREZ	MUNIR	14895012	msayur@nutriavicola.com	3168286563	80	70	16
46	SOTO LOPEZ	ANDRES DARIO	1090401621	adsoto@fenavi.org	3102535712	80	**80**	16
47	TORRES HURTADO	KATHERINE DEL PILAR	53160180	katherinetorres@sanmarino.com.co	3188710705	95	85	19
48	URIBE CEPEDA	CARLOS FELIPE	1095950479	carlos.uribec@hotmail.com	3144673336	90	100	18
49	URREA GONZALEZ	DEISY JOHANA	1114880053	djurrea@fenavi.org	3103376762	80	85	16
50	VALBUENA ARIZA	PLINIO ALBERTO	13958810	pavalbuena@distraves.com	3156293661	80	90	16
51	VALDERRAMA YAGUE	JUAN JAVIER	1083896793	juan_valderramayague@cargill.com	3057667761	100	80	20
52	VARGAS VARGAS	JESÚS ARLEY	12280957	jvargas@fenavi.org	3103402211	90	70	18
53	VERA JAIMES	JOHAN ANDREY	1094269215	jvera@avimasa.com	3157222919	85	80	17
54	ZULUAGA RUA	KATERINE	1093214919	katherine_zuluaga@cargill.com	3108430947	100	80	20

ASESORÍA BIENESTAR ANIMAL DR. GENARO MIRANDA. Asesorar y orientar la implementación y ajustes de las metodologías en medición de bienestar animal en el marco de la regulación colombiana y desarrollo de metodologías de comunicación y educación.

HERRAMIENTA DE VALIDACIÓN: Las actividades de pilotaje de las herramientas de evaluación de bienestar animal para las aves de corral fueron realizados desde el 5 al 16 de abril. Estas actividades fueron realizadas en granjas de los departamentos de Risaralda, Valle del Cauca, Santander, Antioquia y Cundinamarca con el fin de dar cumplimiento a la línea de trabajo propuesta desde el año 2019 y mediante la cual se pretende dar cumplimiento a lo solicitado por parte del Comité Técnico Nacional en su sesión del mes de febrero de 2020.

Se realizó el pilotaje de las herramientas con las empresas Operadora Avícola, Santa Anita Nápoles, Cargill, Avinsa (Ramo), Avinal y la granja experimental de la Universidad CES.
Teniendo en cuenta las observaciones encontradas durante las actividades piloto (listadas a continuación), se realizaron los primeros ajustes a la herramienta de validación que serán llevadas a las mesas técnicas en el tercer trimestre.

- Debería existir un requisito con relación a que la granja tenga GAB vigente, con posibilidad de puntaje 2 o 0, como requisito fundamental de la Resolución ICA en bienestar animal.
- Desarrollo de requisito relacionado con nidos.

- Pertinencia de desarrollo de un requisito relacionado con verificación del comportamiento del operario con los animales (relación humano-animal).
- Tener en cuenta en el desarrollo del documento qué, para postura, se recomienda la visita en la tarde (mayor disponibilidad del operario y no interferencia con la producción) y en engorde, al contrario, de preferencia en la mañana (horas más cálidas del día. Menos estrés calórico). De igual manera la indicación durante la selección de los galpones a evaluar, que sean lotes adultos. En el caso del pollo (dentro de los últimos 10 días de vida según programación de salida) y en el caso de ponedora (lotes en edad posterior a la finalización del pico de postura).
- No olvidar condiciones de seguridad para el evaluador, sobre todo en jaulas con múltiples niveles.
- Revisar que en todos los casos la evaluación sea igual para evitar que el evaluador tenga confusión, es decir, si 2 es siempre bueno o malo, 0 siempre será lo contrario.
- Tener en cuenta en el texto que, para los soportes documentales, se permitiría la presentación de los mismos de manera física o digital. Además, por ejemplo, con el tema de ambientes controlados, tener en cuenta que todo funciona a través de software y esto también sería válido.

CONVERSATORIO "Medidas de contingencia para alimentación de aves en paro"

Número de asistentes. 237 asistentes registrados en formulario de asistencia https://fenavi-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/rprincon_fenavi_org/ESKXlt6mxthNm5ALCatvb3UBp061JYOZJMhDPi15gn0Tqw?e=ISpLJ4

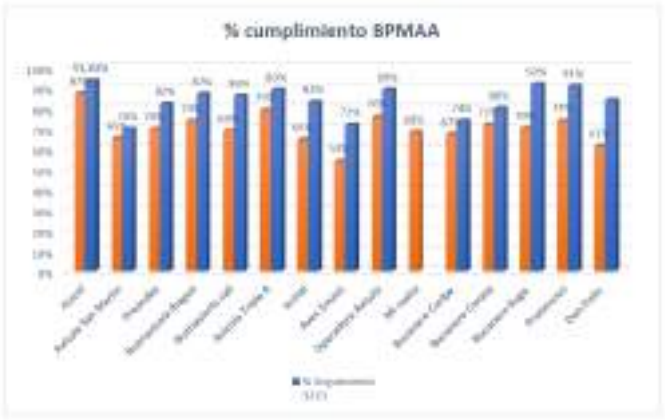


PLANTAS DE ALIMENTO:

Propender por la certificación de la implementación de Buenas Prácticas de Fabricación de Alimentos de Autoconsumo, como herramienta fundamental para la obtención de productos finales para las aves inocuos mediante el cumplimiento de los principios básicos sanitarios establecido en la legislación

Se ha realizado el diagnóstico, evaluación de cumplimiento de los indicadores de cumplimiento de los aspectos establecidos en los planes de mejora de cada empresa y se han realizado las asistencias técnicas con el fin de avanzar en la implementación de los requerimientos establecidos en la norma.

Es importante indicar y como se observa en la gráfica todas las empresas han desarrollado avance significativo por parte de 80% de las empresas que logran terminar al 2021 con el cumplimiento por encima del 80% con y se proyecta que las empresas que han logrado el mejoramiento puedan cerrar el año en un porcentaje por encima del 80%



AREA DE INFLUENCIA O POBLACIÓN BENEFICIADA: Departamentos avícolas del país

IMPACTO Y CONCLUSIONES: Se han realizado asesorías que permiten el fortalecimiento y ajustes a los programas nacionales tanto sanitarios, de inocuidad y de bienestar animal. Se han realizado escenarios para impartir información de relevancias respecto a al resistencia Antimicrobiana, uso responsable de antimicrobianos y conceptos de bienestar animal.

INDICADORES DE GESTIÓN

Objetivo específico No 1: Realizar actividades en producción primaria que promuevan inocuidad

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Cumplimiento
Asesoría inocuidad	Contar con asesoría en temas sanitarios y de inocuidad	1	contratos	100%
Apoyo en implementación de BPFFA en plantas de alimento de aves	10 plantas	10	Informe de implementación	100% 15 plantas de alimento
Desarrollo de seminario intergremial en el uso responsable de antimicrobianos	1 seminario	Seminario	Informe	100%
Desarrollo curso de farmacología avícola	1	Curso	Informe	No se desarrolló. Teniendo en cuenta el ajuste de agenda solicitada por los productores a raíz de enfoque de personal en los paros nacionales se cruzaban con los cursos de bienestar animal.. La actividad se realizará en 2022

Objetivo específico No 2: Realizar actividades en materia de bienestar animal con sustento técnico e interpretación objetiva

(Describa las acciones que lo llevaran al cumplimiento del objetivo)

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Cumplimiento
Acciones de implementación de marco regulatorio de bienestar animal	1 proyecto	1	Informe de gestión	100% Herramienta presentada a ICA y en validación

3. DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN A NIVEL REGIONAL Y CAPACITACIÓN

OBJETIVO:
Inversión para la realización de seguimiento, jornadas de nivelación y espacios de divulgación y representación de la industria avícola nacional.

OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL PROYECTO:

- Formular mecanismos de difusión que apalanquen el desarrollo de las actividades del programa técnico.
- Elaborar herramientas que faciliten la divulgación e interpretación de temas sanitarios, productivos y de manejo.
- Contribuir con la realización de artículos de temas técnicos para la revista gremial, así como la participación y representación de los avicultores en temas y escenarios de interés encaminados al

VIGENCIA: Enero 1 a diciembre 31 de 2021

RESULTADOS. Se realizo el seguimiento a las actividades de campo, el aporte para los insumos necesarios para el correcto desarrollo de las mismas y se generaron espacios de comités para evaluar estrategias nacionales. Se han implementado estrategias conjuntas con el ICA para promover la certificación de Granjas Avícolas Bioseguras

DESARROLLO Y ESTADO ACTUAL.

ADQUISICIÓN DE DOTACIÓN PARA PERSONAL NECESARIO PARA EL CUMPLIMIENTO DE SUS FUNCIONES

PROFESIONAL DE CAMPO	I TRIMESTRE 2021		II TRIMESTRE 2021					
	MATERIAL DE APOYO EN CAMPO		MATERIAL DE APOYO COVID-19 VIGENCIA 2021					
	FORMATOS DE EVALUACIÓN FOPT07	KITS MEDIDORES DE CLORO Y PH	TAPABOCAS CAJA X 50 UND	ALCOHOL FCO X LITRO	GEL ANTIBACTERIAL FCO X LITRO	ALCOHOL GLICERINADO FCO X LITRO	DESINFEX FCO X 300 ml	GAFAS DE SEGURIDAD
YESENIA CRUZ	5	1	5	2	1	2	2	2
DANIEL AROCA	5	1	5	2	1	2	2	2
PAOLA RODRÍGUEZ	5	1	5	2	1	2	2	2
ANDRÉS BECERRA	6	1	5	2	1	2	2	2
MARGARITA SALAZAR	5	1	5	2	1	2	2	2
JOHANA URREA	6	1	5	2	1	2	2	2
CATALINA ASPRILLA	6	1	5	2	1	2	2	2
MANUELA MARÍN	6	1	5	2	1	2	2	2
ANDRÉS DARÍO SOTO	5	1	5	2	1	2	2	2
MIGUEL MORALES	6	1	5	2	1	2	2	2
JUAN MANUEL ROJAS	5	1	5	2	1	2	2	2
SERGIO RUIZ	8	1	9	5	2	3	5	2
DIEGO MONTAÑEZ	8	1	9	5	2	3	5	2
JESÚS VARGAS	8	1	9	5	2	3	5	2
VALENTINA MUÑOZ	8	1	9	5	2	3	5	2
MAURICIO MARCILLO	8	1	9	5	2	3	5	2
TOTAL	**100**	**16**	**100**	**47**	**21**	**37**	**47**	**32**

DOTACIONES PROFESIONALES DE CAMPO II TRIMESTRE 2021						
PROFESIONAL	**CAMISAS**	**CAMISETAS**	**CHAQUETA**	**UNIFORMES**	**BOTAS**	**GORRAS**
YESENIA CRUZ	0	9	1	1	1	3
PAOLA RODRÍGUEZ	0	9	1	1	1	3
DANIEL AROCA	2	9	1	1	0	3
SERGIO RUIZ	0	9	0	1	1	3
DIEGO MONTAÑEZ	0	9	0	1	1	3
ANDRÉS BECERRA	0	9	0	1	1	3
JOHANA URREA	0	9	0	1	1	3
MARGARITA SALAZAR	0	9	0	1	1	3
JESÚS VARGAS	0	9	0	1	1	3
VALENTINA MUÑOZ	0	9	0	1	1	3
CATALINA ASPRILLA	0	9	0	1	1	3
MANUELA MARIN	0	9	0	1	1	3
MAURICIO MARCILLO	0	9	1	1	1	3
ANDRÉS SOTO	0	9	0	1	1	3
MIGUEL MORALES	0	9	0	1	1	3
JUAN MANUEL ROJAS	2	9	1	3	1	3
OTROS (NACIONAL)	0	0	0	0	0	6
TOTAL	**4**	**144**	**5**	**18**	**15**	**54**

COMITÉS. 14 reuniones regionales y 10 nacionales

DISEÑO E IMPRESIÓN DE MATERIAL.

Para la vigencia 2021 se realizó la reimpresión de formatos de apoyo para las actividades de los profesionales de campo del Programa Técnico, así como el diseño e impresión del calendario con vigencia 2022, en cuyo diseño fueron incluidos mensajes clave relacionados con el reconocimiento y mantenimiento de la auto declaración de Colombia como País Libre de Newcastle Notificable por parte de la Organización Mundial de Sanidad Animal – OIE.

Se incluye además el diseño e impresión de comunicados oficiales del ICA con relación a la socialización de los requisitos de Programas de Seguridad Alimentaria para ser distribuidos entre las autoridades territoriales a fin de evitar el incumplimiento en el proceso de entrega de aves en el marco de la temporada electoral; así como, comunicado oficial sobre el cumplimiento de la normativa vigente para la certificación de Granjas Avícolas Bioseguras GAB dirigido a los Avicultores de Colombia y a entregarse a través de las empresas de Material Genético Aviar y los profesionales de campo del Programa Técnico de FENAVI – FONAV, con el objetivo de realizar la divulgación de la obligatoriedad del cumplimiento de la implementación de las medidas básicas de bioseguridad en vigencia desde el año 2014, con el propósito salvaguardar el patrimonio sanitario del país.

MATERIAL	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	REGISTRO
Libretas Formato de Evaluación de Actividades de Campo FOPT07	Tamaño: 14 x 21.5 Centímetros. Material: Bond 75. Hojas: 100 Impresión: 1 x 0 Tintas. Acabados: Refiladas, encoladas, revisadas, empacadas y entregadas. SIN NUMERAR	160	
Calendario de escritorio vigencia 2022	Tamaño: 70 x 50 centímetros. Material: Propalcote 240 grs. Impresión: 4 x 0 Tintas. Acabados: Plastificado brillante por una cara, refilados, revisados, empacados y entregados.	4.500	
Comunicado Oficial ICA Bioseguridad	Tamaño: 21.5X28 cm. Número de páginas: 2. Tintas: 4/0. Papel: Bond Alta Blancura 70 gr. Refilados, revisados y empacados.	10.000	
Comunicado Oficial ICA Programas de Seguridad Alimentaria	Tamaño: 21.5X33 cm. Número de páginas: 2. Tintas: 1/0. Papel: Bond Alta Blancura 75 gr. Refilados, revisados y empacados.	1.000	

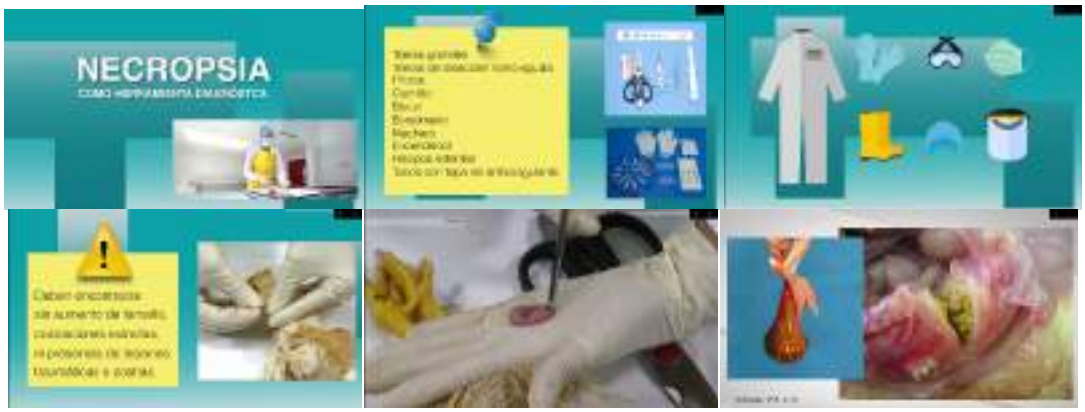
De igual manera, fueron realizados dos videos de corta duración con la finalidad de contar con herramientas audiovisuales que presentan de forma didáctica los procesos de identificación de cuadros clínicos de la ENC y sus diferenciales, la implementación de técnicas adecuadas de necropsia y la manipulación de aves para la toma de muestras y su posterior conservación, almacenamiento, embalaje y envío, con el propósito de propender por parte del personal de apoyo de Fenavi y en general de quienes apoyen la realización de actividades de vigilancia epidemiológica, por la fácil

comprensión e implementación de los instructivos emanados por la autoridad sanitaria oficial para la consecución de muestras que cumplan con los parámetros indicados y que faciliten así el diagnóstico preciso de laboratorio.

Guía Práctica para la toma de muestras de vigilancia epidemiológica



Necropsia como herramienta diagnóstica



COMITÉS REGIONALES TEMA PAS

OBJETIVO: Con el fin de apoyar a la autoridad oficial en la promoción de la certificación de Granjas Avícolas Bioseguras se realiza la socialización de la estrategia GAB propuesta por FENAVI y desde el área jurídica del ICA el Proceso Administrativo Sancionatorio ICA. Lo anterior en consideración al reconocimiento de la competencia sancionatoria ICA otorgada mediante la Ley 1955 del Plan Nacional de Desarrollo.

ZONA	FECHA	HORA	ASISTENTES
Comité Centro (Boyacá, Meta, Tolima, Huila y Cundinamarca)	25/10/2021	9:00 a 11:00 am	48
Comité N. Santander y Nariño	26/10/2021	8:00 a 10:00 am	36
Comité Costa	27/10/2021	9:00 a 11:00 am	33
Comité Antioquia	27/10/2021	2:00 a 4:00 pm	27
Comité Eje Cafetero (Caldas, Quindío, Risaralda, Valle Norte)	28/10/2021	8:00 a 11:00 am	27
Comité Valle del Cauca	28/10/2021	2:00 a 4:30 pm	17
Comité Santander	29/10/2021	7:30 a 10:00 am	20

AREA DE INFLUENCIA O POBLACIÓN BENEFICIADA: Avicultura colombiana
IMPACTO Y CONCLUSIONES. Fortalecimiento de las actividades en campo, promoción de certificación de bioseguridad y planes de mejoramiento sanitario

INDICADORES DE GESTIÓN

Objetivo específico No 1:

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Cumplimiento
Desarrollo de jornadas avícolas	10	Número de jornadas incluida participación en congreso	Informes, listas de asistencia	Se realizó el apoyo para 2 que se realizaron eje cafetero y Santander Congreso aplazado por Covid

Objetivo específico No 2:

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Cumplimiento
Diseño e impresión de material y elementos de representación	N. personas que requiere el material para desarrollo de sus funciones	Varias referencias	Material	100%

Objetivo específico No 3:

Acciones	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Cumplimiento
Difusión revista avicultores	Número de ediciones	11	Documento	100%
Realizar Comités Técnicos nacionales	Número de comités	11	Informes de reunión	100%
Participación comités regionales u otros escenarios y seguimiento profesionales campo	Número de escenarios previstos	10 o según necesidad representación internacional o nacional	Informes de reunión y seguimiento	100%

ANÁLISIS GESTIÓN SOBRE PROYECTOS NORMATIVOS

"Por medio de la cual se establecen los requisitos y el procedimiento para el registro de las empresas fabricantes, e importadoras de productos farmacéuticos, cosméticos, desinfectantes, ectoparasiticidas y productos de uso veterinario ante el ICA". (12/03/2021 - 26/03/2021)
"Por medio de la cual se establecen los requisitos y el procedimiento para el registro de fabricantes e importadores de fertilizantes y acondicionadores de suelos para Colombia y para el registro de los productos" (12/03/2021 - 26/03/2021)

“Por medio de la cual se establecen los requisitos y el procedimiento para el registro de productos de uso veterinario para la higiene, aseo y embellecimiento de animales.” (12/03/2021 - 26/03/2021)

“Establecer los requisitos y el procedimiento para el registro de productos biológicos de uso veterinario” (12/03/2021 - 26/03/2021)

“Por medio de la cual se establecen los requisitos para el registro de fabricante, envasador e importador de Bioinsumos para uso agrícola; así como los requisitos para el registro de Bioinsumos para uso agrícola”. (12/03/2021 - 26/03/2021)

“Por medio de la cual se establecen los requisitos para el registro de empresas dedicadas a la recolección, procesamiento y/o importación de material genético de especies de interés zootécnico y los requisitos sanitarios y de bioseguridad.” (10/03/2021 - 26/03/2021)

Acuerdo tarifario ICA

Seguros sanitarios herramientas para adopción

“Por la cual se reglamenta el Sistema Nacional de Identificación, Información y Trazabilidad Animal, establecido en la Ley 1659 de 2013.

Proyecto de Ley B. 081 “Por la cual se expide el código nacional de protección y bienestar animal”

Proyecto: "Por la cual se adopta el Manual de Procedimientos para el Transporte, manejo y movilización de Animales en Pie y se dictan otras disposiciones”

PROGRAMA POLLO

ENTIDAD EJECUTORA: FONDO NACIONAL AVÍCOLA – FONAV

INFORME DE GESTIÓN ENERO A DICIEMBRE 2021

PROGRAMA POLLO

NOMBRE DEL PROYECTO: FORTALECIMIENTO DE MERCADOS

AREA DE INFLUENCIA O POBLACION BENEFICIADA: AVICULTURA COLOMBIANA

VIGENCIA: ENERO – JUNIO 2021

OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS

- Fortalecer el posicionamiento del pollo colombiano y promoción de aumento de tasa de consumo que actualmente se encuentra en 34,02 kilos per cápita año al cierre de 2021, haciendo énfasis en los atributos del pollo colombiano: *Fresco y con sabor*, a través de medios masivos y otros medios con gran cubrimiento nacional, afines al grupo objetivo de comunicación.
- Desmitificar las falsas creencias alrededor de la inyección de hormonas, mediante una estrategia de comunicación que fortalezca las bondades del pollo colombiano.
- Seguir evolucionando el mensaje y el posicionamiento del Pollo Colombiano para aumentar el consumo per cápita en el país con una campaña disruptiva para poner el Pollo en boca de las nuevas generaciones. Esto de una forma más atractiva/moderna/contemporánea llegando a ser el alimento más deseable de su categoría (proteínas). Teniendo como énfasis fortalecer el logo/sello de Pollo Colombiano y destacar la apetitosidad del producto.
- "Mi Amigo El Pollo" como un influenciador y vehículo de comunicación del consumo del pollo (hacia futuro, MAEP debe funcionar como un medio más para que la marca Pollo Colombiano pueda transmitir mensajes de consumo y educación sobre manipulación y desmitificación de mitos).
- Convertir el pollo en la proteína preferida de los colombianos (primera opción de compra por gusto).
- Inspirar y sorprender a los colombianos a ver en el pollo un alimento moderno que lo convierta en la proteína más deseable, relevante y contemporánea del país.
- Apoyar la divulgación de las principales herramientas de mercadeo, para que los avicultores las conozcan e implementen de acuerdo a sus necesidades y expectativas en las empresas en forma individual.
- Darles continuidad a las actividades de promoción de consumo en targets tales como amas, hombres y niños, influenciadores de consumo y además los profesionales de la salud que pueden ser líderes de opinión importantes en la toma de decisión de compra del pollo colombiano.
- Darles continuidad a las estrategias BTL para alcanzar e impactar a consumidores finales, canales y promover el consumo del pollo colombiano en futuros consumidores como los niños.

DESARROLLO Y ESTADO ACTUAL

A continuación, se relacionan las actividades de Comunicación y el desarrollo de estas durante el primer periodo (febrero a diciembre), período en el cual tuvieron lugar.

ACTIVIDADES

FORMACION Y CONOCIMIENTO DE CONSUMIDORES

OBJETIVO GENERAL DE LA PUBLICIDAD

- Aumentar la tasa de consumo en frecuencia de pollo colombianos en los hogares.

Objetivos específicos:

- Mantener niveles promedio de awareness, a través de la campaña de pollo.
- Medición a través del Smart tracking de la campaña de pollo, realizada por la agencia Harold Zea durante la campaña (en el tercer trimestre).
- Aumentar la frecuencia de consumo de pollo en los hogares colombianos NSE 2, 3, 4 de 4 a 4,5 veces por semana. Medición a través del estudio de hábitos de consumo del pollo contratado por Fenavi.
- Aumentar la tasa de consumo de pollo en los hogares aprovechando momentos inexplorados de consumo.

- Tener un aval reconocido que cierre la comunicación y que le dé la seriedad y credibilidad para tratar el tema.
- Impulsar el momento del pollo colombiano, en los periodos de estacionalidad donde se contrae la demanda.
- Convertir el pollo en la proteína preferida de los colombianos (primera opción de compra por gusto).

PRODUCCIÓN COMERCIALES- CAMPAÑA POLLO 100% COLOMBIANO

OBJETIVO

Pre producción, producción de los materiales necesarios para la campaña pollo 100% colombiano, donde se busca resaltar la apetitosidad de la proteína para aumentar el consumo per cápita en el país con una campaña disruptiva para poner el Pollo en boca de las nuevas generaciones. Esto de una forma más atractiva/moderna/contemporánea llegando a ser el alimento más deseable de su categoría (proteínas). En la producción se utilizaron diferentes técnicas entre ellas el uso de un brazo robótico "Bolt", piezas en 4k de High Speed (Alta velocidad) y óptica Cine con cámaras tipo Arri o Phantom y un equipo de producción especializado con despliegue e iluminación apropiada para altas velocidades.

RESULTADOS

Comerciales de 30 seg:
Cantidad: 8 comerciales

Pollo Pop corn con coco	Alitas de pollo con miel de panela	Buñuelos navideños de pollo con queso paipa	Ensalada fresca de pollo con mostaza
			

Pollo Cremoso en salsa de champiñones	Patacones con pollo y aguacate	Pollo napolitano con pesto	Tacos de pollo con mayonesa picante
			

Comerciales de 1 minuto:
Cantidad: 8 comerciales
Se presentan la receta detallada y el paso a paso de cada preparación.





<u>Reducciones de los comerciales 10 segundos:</u>
Cantidad: 4 comerciales
Se busca resaltar las escenas más contundentes e importantes donde el protagonista siempre va a ser el pollo. Adicionalmente, se mencionan diferentes atributos de la proteína, tales como:

- Sustancioso.
- Humeante.
- Suculento.
- Apetitoso.
- Exquisito.
- Delicioso.
- Nutritivo.
- Doradito.
- Crocante.
- Fragante.
- Carnoso.
- Practico.
- Sabroso.
- Jugoso.
- Tierno.
- Fresco.
- Ligero.
- Rico.
- Irresistible.









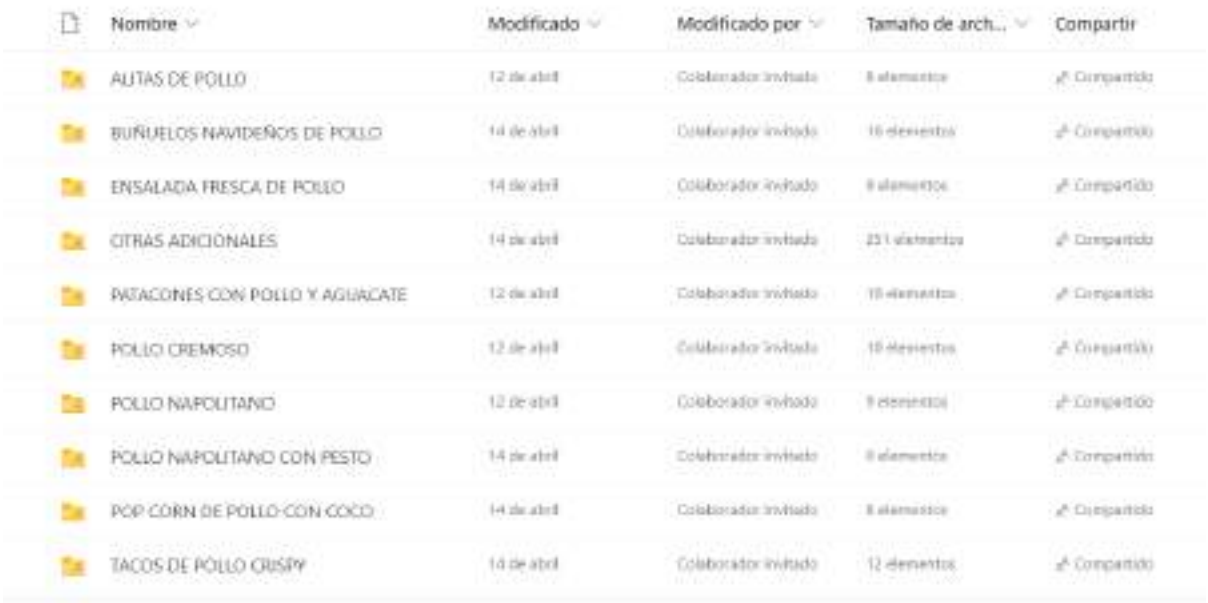




Piezas Digitales:
Cantidad: 10 piezas.
Formatos: 9:16 y 1:1



Fotos:
En total se entregaron 327 fotos las cuales se pueden encontrar en el link:
https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1v5K2vIucecPtwqN3Sk_B68JsYKmUmpja
Sin embargo, colocamos algunas fotos de referencia.












RESULTADOS E IMPACTO

La ejecución inició desde el mes de marzo, con presencia de la referencia Sostenimiento únicamente en radio por medio de cuña de radio, señales horarias y relojes comerciales, en las principales emisoras.
En el segundo trimestre, durante el mes de mayo, se pautó la campaña Institucional POLLO 100% COLOMBIANO con la referencia “Alitas De Pollo Con Miel De Panela”, teniendo presencia en TV nacional, TV regional con formatos de 10 y 30 segundos; presencia en impresos por medio de la revista con mayor alcance a nivel nacional; y presencia en radio generando recordación en las emisoras musicales con mayor cantidad de audiencias a nivel nacional con cuña de 30 segundos la cual busca reforzar el mensaje de los comerciales transmitidos en TV y resaltar diferentes atributos de la proteína tales como: Sustancioso, Humeante, Suculento, Apetitoso, Exquisito, Delicioso, Nutritivo, Doradito, Crocante, Irresistible, entre otros.

Durante el mes de junio, estuvimos en los programas con mayor alcance y afinidad a nivel regional y nacional en programas tales, con formatos comercial de 10 y 30 segundos de la referencia “Alitas De Pollo Con Miel De Panela”; y continuamos en radio con cuña de 30 segundos resaltando los atributos de la proteína y sus beneficios.
Durante el mes de diciembre, por medio de la referencia “Buñuelos de Pollo con Queso Paipa”, se tuvo presencia en TV nacional, TV regional y Cable con formato de 30 segundos; presencia en impresos con mayor alcance a nivel nacional; buscando incentivar el consumo de la carne de pollo durante la época decembrina y mostrar la versatilidad de la proteína. Adicionalmente, se tuvo como propósito encaminar la estrategia de comunicación POLLO 100% COLOMBIANO del año 2021 fomentando el consumo de pollo y resaltando la diversidad de platos que se pueden preparar en diferentes momentos de consumo.

La campaña tuvo presencia en las siguientes ciudades:

- Bogotá
- Medellín
- Cali
- B/Quilla
- B/Manga
- Cartagena
- Pereira

Los medios pautados fueron:

- Radio ref: sostenimiento: cuña de 30 segundos y cuña atributos del pollo de 30 segundos Emisoras: Besame, Tropicana, radio 1, La mega.
- TV Nacional, TV Regional: comerciales 10 y 30 segundos.
- Impresos: Revista VEA, referencia Alitas De Pollo Con Miel De Panela y Buñuelos de Pollo con Queso Paipa.

Las principales emisoras musicales nos permitieron llevar el mensaje a nivel nacional, activamos diferentes referencias buscando frecuencia en las dos campañas: Sostenimiento + Atributos del pollo. Y por medio de comerciales en TV con duraciones de 10 y 30 segundos, nos permitieron llevar el pollo a otro nivel y resaltar la apetitosidad de la proteína para aumentar el consumo per cápita en el país con una campaña disruptiva para poner el Pollo en boca de las nuevas generaciones. Esto de una forma más atractiva/moderna/contemporánea llegando a ser el alimento más deseable de su categoría (proteínas). De tal manera, en el del año 2021, logramos un alcance en administradores de hogar de 74% y en +18 años un alcance del 75%.

RESUMEN DE INVERSIÓN MARZO-DICIEMBRE
La inversión para la campaña del año 2021 se resume en el siguiente cuadro:

FENAVI POLLO 2021 PLANEACIÓN ATL													
MES	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL 2021		
INVERSIÓN TRIMESTRAL	$ 72.000.128	$		1.598.255.640	$		1.507.826.722	$		1.521.433.285	$ 4.699.515.775	MIX DE MEDIOS FINAL	
TV NACIONAL	$ -	$ 728.839.961	$ 33.654.600	$ 436.587.900	$ 214.697.820	$ 113.048.508	$ 590.370.046	$ 264.674.972	$ -	$ 522.939.250	$ 2.904.813.057	61,8%	
TV POR SUSCRIPCIÓN	$ -	$ 71.656.980	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 24.908.830	$ 34.060.067	$ -	$ -	$ 130.625.877	2,8%	
TV REGIONAL	$ -	$ 102.593.418	$ 4.260.044	$ 57.662.689	$ -	$ 40.894.266	$ 100.353.364	$ 35.390.109	$ -	$ 256.100.353	$ 597.254.243	12,7%	
IMPRESOS	$ -	$ -	$ 19.000.000	$ -	$ 5.700.000	$ 60.600.000	$ -	$ 15.600.000	$ -	$ 50.000.000	$ 150.900.000	3,2%	
RADIO	$ 72.000.128	$ 72.000.128	$ 11.464.184	$ 60.535.736	$ 8.499.936	$ 17.000.064	$ 206.419.888	$ 71.999.388	$ -	$ 270.669.146	$ 790.588.598	16,8%	
OOH	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 125.334.000	$ -	$ -	$ -	$ 125.334.000	2,7%	
TOTAL SIN IVA	$ 72.000.128	$ 975.090.487	$ 68.378.828	$ 554.786.325	$ 228.897.756	$ 231.542.838	$ 1.047.386.128	$ 421.724.536	$ -	$ 1.099.708.749	$ 4.699.515.775	100%	
TOTAL CON IVA	$ 85.680.152	$ 1.160.357.680	$ 81.370.805	$ 660.195.727	$ 272.388.330	$ 275.535.977	$ 1.246.389.492	$ 501.852.198	$ -	$ 1.308.653.411	$ 5.592.423.772		
ESTACIONALIDAD	2%	21%	1%	12%	5%	5%	22%	9%	0%	23%	100%		

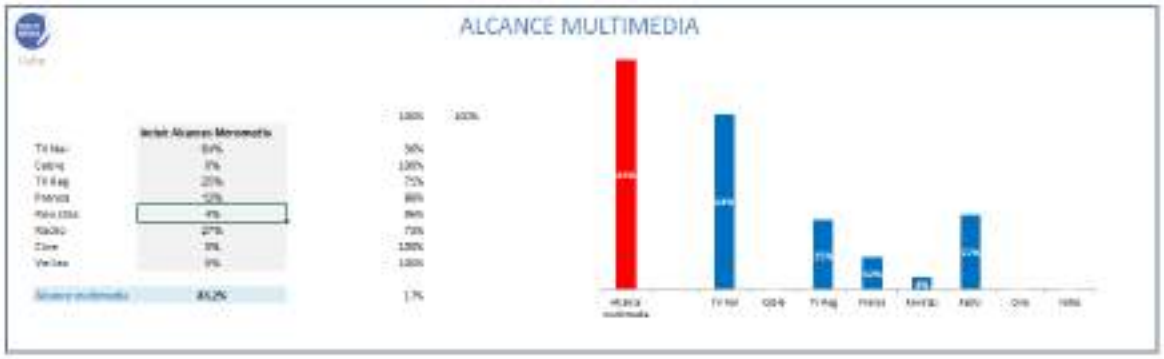
ATL- (MARZO-DICIEMBRE 2021)
<u>Resumen de ejecución de lo transcurrido en el año 2021.</u>

<u>ALCANCE MULTIMUDIA +1:</u>

Administradores de Hogar:
Total personas alcanzadas: 2.177.136

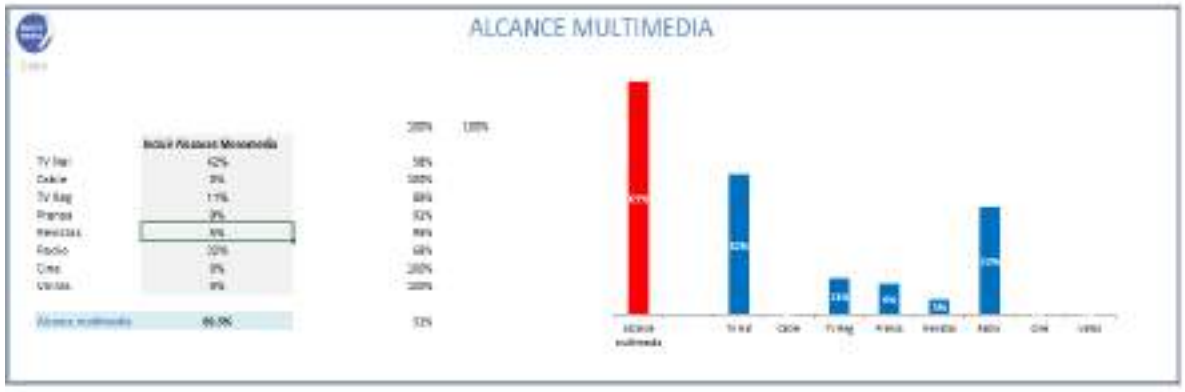


+18:
Total personas alcanzadas: 10.466.560



ALCANCE MULTIMEDIA +3:

Administradores de hogar:
Total personas alcanzadas: 1.879.416



+18:
Total personas alcanzadas: 9.183.400





PIEZAS DE LAS DISTINTAS CAMPAÑAS Y ACTIVIDADES

Objetivo:
Estar en la mente del consumidor, estar boca de las nuevas generaciones y convirtiéndonos en una decisión de compra y en la proteína más deseada dentro de la categoría (proteínas).

SOSTENIMIENTO:
Durante el mes de Marzo únicamente tuvimos presencia en radio por medio de señales horarias y relojes comerciales, en las principales emisoras musicales a nivel nacional con formatos que nos permitieron incrementar la frecuencia en la entrega del mensaje.

Formatos:
Señal Horaria + Reloj Comercial: Cuña de 30 segundos + Mención de 10 Segundos.

1. Mención: Recuerda incluir pollo colombiano para una dieta balanceada al menos 4 veces a la semana.
2. Reloj comercial: Fenavi-Fonav. Son las xxxxx horas.
3. Mención: No olvides incluir pollo Colombiano en la dieta familiar al menos 4 veces a la semana.

PRE-LANZAMIENTO NUEVO LOGO/SELLO POLLO COLOMBIANO:
Durante el primer trimestre tuvimos el pre-lanzamiento del nuevo logo/sello de la marca Pollo Colombiano a través de los canales digitales de acomerpollo, bajo el concepto: ¿Cuál es tu sello?

En paralelo bajo el concepto 100% Colombiano, 100% delicioso, 100% irresistible, se buscó el posicionamiento y reconocimiento de los adjetivos calificativos del pollo como proteína y se dio paso al lanzamiento de la campaña Pollo 100% Colombiano con el hashtag **#CienPorCiento.**

Pre-lanzamiento Nuevo logo/sello:

POLLO COLOMBIANO
FRESCO Y CON SABOR

Piezas:



CAMPAÑA POLLO 100% COLOMBIANO-POLLO POP CORN:
Durante el mes de Abril, tuvimos presencia en digital con el lanzamiento de nuestra campaña Pollo 100% Colombiano, iniciando con nuestra primera referencia receta Pollo Pop Corn con Coco. A través de una fase de expectativa se le dio a conocer al consumidor un abrebocas de lo que sería la primera referencia y la magnitud de la campaña que se va a tener a lo largo del 2021. Adicionalmente, en el canal de youtube los consumidores pueden encontrar el paso a paso de la receta en duración de 1 minuto y el comercial de 30 segundos.



Piezas Expectativa:







Piezas Pollo Pop Corn:









Referencias en Youtube:

- Referencia de 30 segundos Pollo Pop Corn: https://www.youtube.com/watch?v=XEUGKpaYFnE



- Referencia de 1 minuto Pollo Pop Corn: donde se muestra el paso a paso de la receta https://www.youtube.com/watch?v=IV5srILT7HI



CAMPAÑA POLLO 100% COLOMBIANO-ALITAS DE POLLO CON MIEL DE PANELA:
Durante los meses de mayo y junio, salimos al aire con nuestra segunda referencia de la campaña Pollo 100% Colombiano, esta referencia corresponde a la receta Alitas de Pollo con Miel de Panela.
En nuestra fase de lanzamiento, tuvimos una alianza en nuestros activos digitales con FEDEPANELA, logrando fortalecer nuestro segundo lanzamiento, hacernos visibles y llegar a diferentes consumidores.
Tuvimos presencia en televisión con el comercial de 30 segundos de la referencia Alitas de Pollo con Miel de Panela y la reducción de 10 segundos donde se presentaba un mix de tres recetas (Pollo Pop corn, Alitas con miel de panela y Ensalada fresca de pollo). Además, estuvimos con la referencia Alitas de Pollo con Miel de Panela en la revista VEA, la cual tiene el mayor alcance a nivel nacional.
Adicionalmente, para aumentar el tráfico hacia el video paso a paso de la receta de Alitas con Miel de Panela, sacamos el concurso en nuestras redes sociales de **"El Rey de las Alitas**" donde los consumidores debían recrear nuestra receta e incluirle su toque secreto.



Piezas Expectativa:
Piezas en alianza con FEDEPANELA.





Piezas Alitas de Pollo con Miel de Panela:

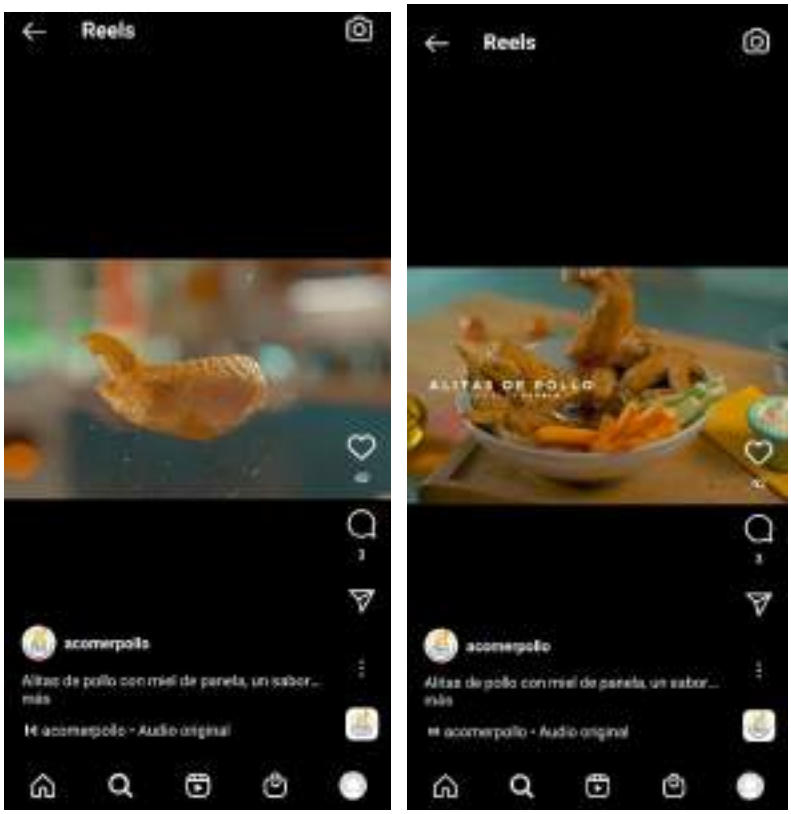






Referencias en Youtube:

- Referencia de 30 segundos Alitas de Pollo con Miel de Panela: se encuentra disponible en la cuenta de Instagram de acomerpollo.



- Referencia de 1 minuto Alitas de Pollo con Miel de Panela: donde se muestra el paso a paso de la receta.
  https://www.youtube.com/watch?v=YWwe2CMfcys



Comerciales en Televisión:

- Referencia de 30 segundos Alitas de Pollo con Miel de Panela:



- Referencia de 10 segundos, mix de recetas (Pollo pop corn, Alitas de pollo con miel de panela y Ensalada fresca de pollo), donde se muestran las mejores escenas de cada comercial y se muestra en los créditos los atributos del pollo como proteína.



Impresos:
Impulsamos la receta de alitas de Pollo por medio de la revista impresa con mayor alcance a nivel nacional, la revista VEA.



El Rey de las Alitas:
Con el objetivo de aumentar el tráfico hacia el video paso a paso de la receta de Alitas con Miel de Panela, sacamos el concurso en nuestras redes sociales de **"El Rey de las Alitas"** donde los consumidores debían recrear nuestra receta e incluirle su toque secreto.
Link de la final de "El Rey de las Alitas": https://www.youtube.com/watch?v=bQvihZVLElA

Piezas:



PLAN DE CONTINGENCIA DURANTE PARO NACIONAL #DÉJANOS PASAR:

Objetivo:
En el ámbito de las protestas iniciadas en el mes de abril y los bloqueos presentados a nivel nacional, el sector avícola lanza un plan de contingencia para dar un golpe de opinión y promover el involucramiento de todos los gremios posibles con el fin de solicitar el fin de la violencia, permitir el

trabajo digno, destrabar el represamiento de alimentos en las vías bloqueadas y evitar el desabastecimiento de la proteína a nivel nacional.

¿Qué Queremos?
-Promover el involucramiento a todos los gremios posibles y dar un golpe de opinión.
-Unir a los consumidores a dejar pasar los alimentos, dándoles a conocer cifras y datos donde se logren visibilizar los efectos de la violencia y el represamiento en las vías bloqueadas.
-Movilizar al dialogo social para #dejemospasarlacomida.
-Desde la empatía y en positivo mostrar el impacto de la autodestrucción actual.
-Por medio de cifras, mitigar la tasa de incremento del desempleo.
-Evitar el desabastecimiento de las proteínas (pollo y huevo).
-Promover seguridad alimentaria dejando pasar los alimentos.

Nuestra comunicación en Social Media tendrá como objetivo:
- Informar.
- Movilizar Al Dialogo Social.
- Evitar El Desabastecimiento.
- Promover La Seguridad Alimentaria.
- Mover Los #Déjanospasar, #Pasaresalimentar, #Dejemospasarlacomida



Vías De Comunicación:

Muerte aves por falta de alimento	Colombianos sin comida	Desempleo
-60 millones de aves sin alimento. -Represadas 16 mil toneladas de Pollo y 120 millones de Huevos. -48 toneladas de alimento sin llegar a las granjas.	-La 4ta parte de los colombianos sin alimento y aumenta de forma exponencial (12.000 millones de colombianos). -Las proteínas de mayor consumo y de mayor alcance no llegan a nuestros hogares.	-35.000 familias en riesgo de perder empleo.

Resultados:

Primera Etapa:

Facebook	Instagram	Twitter
*1.725 personas alcanzadas. *1.725 impresiones. *40 interacciones.	*9.098 personas alcanzadas. *13.300 impresiones. *216 visitas al perfil. *90 interacciones.	*4.833 impresiones. *355 interacciones.

Segunda Etapa:
Se compartieron publicaciones con mensaje de la muerte de aves, el desempleo en el sector, la falta de comida en los hogares colombianos.

Instagram y Facebook	Twitter
*Alcance: 1.276 personas. *Interacciones: 247.	*Impresiones: 438. *Interacción: 23.

Tercera Etapa:
Se llevó la acción de subir cápsulas de impacto en formato historia, de lo que se obtuvo:

Facebook	Instagram	Twitter
*10.035 personas alcanzadas. *502 interacciones.	*3.942 personas alcanzadas. *60 interacciones.	*Impresión: 428. *Interacción: 20.

Cuarta Etapa:
Se evidenció los siguientes resultados de la campaña:

Instagram y Facebook	Twitter
*6.230 personas alcanzadas. *9.735 impresiones. *162 visitas al perfil. *248 interacciones.	*Impresiones: 992. *Interacción: 63.

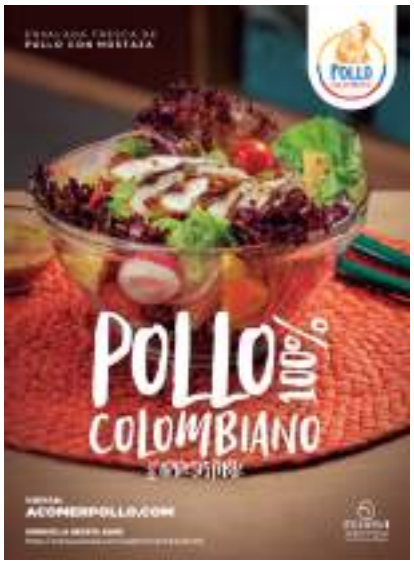








CAMPAÑA POLLO 100% COLOMBIANO-ENSALADA FRESCA DE POLLO CON MOSTAZA:



Durante el mes de julio, salimos al aire en nuestros canales digitales con nuestra tercera referencia de la campaña Pollo 100% Colombiano, esta referencia corresponde a la receta Ensalada Fresca de Pollo con Mostaza.
Siguiendo con la temática de apetitosidad se generaron piezas fijas con recetas saludables que están en la página web, llevando tráfico a la sección de recetas.
Se manejaron Reels referente a las ensaladas, generando un alcance de 13.450 y un total de reproducciones de 13.020
Por medio de historias interactivas se lograron 5.947 impresiones.

<u>Piezas Ensalada Fresca de Pollo con Mostaza:</u>









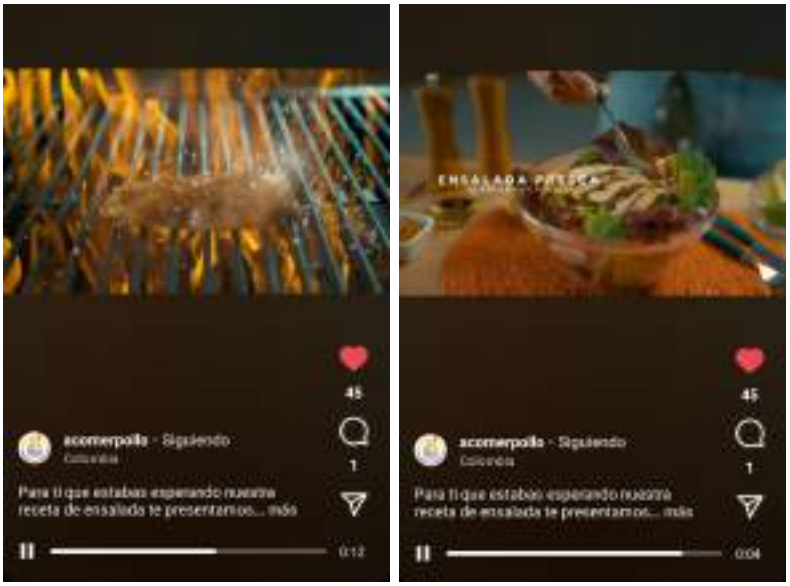
Referencias en Youtube:

- Referencia de 1 minuto Ensalada Fresca de Pollo con Mostaza.
  Link: https://www.youtube.com/watch?v=erXAxedLrNc

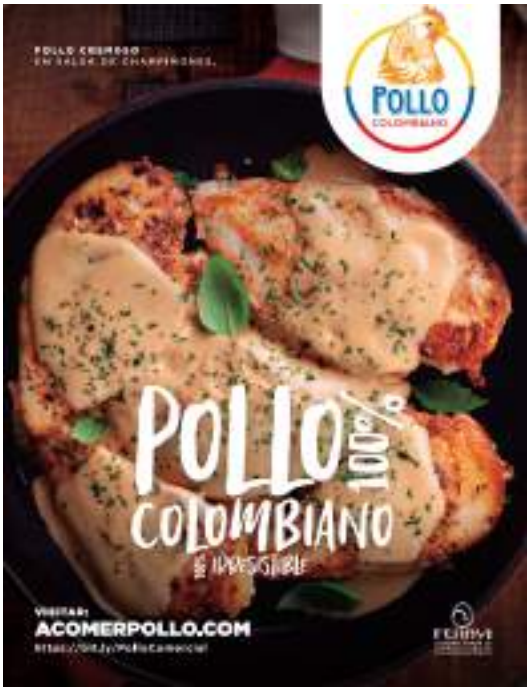


Referencias en Instagram:

- Referencia de 30 segundos Ensalada Fresca de Pollo con Mostaza. Se encuentra disponible en la cuenta de Instagram de acomerpollo.



CAMPAÑA POLLO 100% COLOMBIANO- POLLO CREMOSO EN SALSA DE CHAMPIÑONES



Durante el mes de agosto, salimos al aire en nuestros canales digitales con nuestra cuarta referencia de la campaña Pollo 100% Colombiano, esta referencia corresponde a la receta de Pollo Cremoso en Salsa de Champiñones.

Pilares de comunicación

- **El chef en su salsa:** Con la participación de un chef realizamos videos en donde se mostraron recetas innovadoras de pollo, resaltando la versatilidad de la proteína.
- **Gente en su salsa:** Mostramos cómo en diferentes momentos el pollo hace sentir a gusto a las personas, resaltando que el pollo es un factor fundamental para que esto suceda.
- **Salsa para tu pollo:** Tú eliges la salsa y el pollo te da el mejor sabor, bajo este pilar se mostraron diferentes recetas de pollo acompañado con una gran variedad de salsas, utilizando como CTA algunas de las recetas que están en nuestra página web.

Piezas Pollo Cremoso en Salsa de Champiñones:





Referencias en Youtube:

- Referencia de 1 minuto Pollo cremoso en salsa de champiñones: donde se muestra el paso a paso de la receta.

Link: https://www.youtube.com/watch?v=94FqHjVFkII



Referencias en Instagram:

- Referencia de 30 segundos de pollo cremoso en salsa de champiñones: se encuentra disponible en la cuenta de Instagram de acomerpollo.





CAMPAÑA POLLO 100% COLOMBIANO-PATACÓN CON POLLO Y AGUACATE:



Durante el mes de noviembre, salimos al aire en nuestros canales digitales con nuestra quinta referencia de la campaña Pollo 100% Colombiano, esta referencia corresponde a la receta de Patacón con Pollo y Aguacate.

Bajo el concepto de punta a punta se realizó un recorrido gastronómico de sur a norte por todo el país, resaltando la versatilidad del pollo en compañía del patacón en diferentes regiones. En Facebook se logró un alcance de 1.635.044 y en Instagram un alcance de 548.435
Piezas Patacón con Pollo y Aguacate:





Referencia en Youtube:
Referencia de 1 minuto Patacón con pollo y aguacate: donde se muestra el paso a paso de la receta.
Link: https://www.youtube.com/watch?v=Us8H7mMjJE4



FESTIVAL DEL POLLO COLOMBIANO 2021-MASTERCHEF EN CASA:



En el 2021, los colombianos tuvieron la oportunidad de participar en la segunda edición del Masterchef en casa, en el marco del Festival del Pollo colombiano que se celebró del 15 de septiembre al 15 de octubre. Los chefs encargados de evaluar las recetas son: Nicolás De Zubiría, Jorge Raush y Christopher Carpentier. La presentadora es Milena López.

Objetivo:

Diseñar la estrategia para la ejecución del Festival del Pollo Colombiano-MasterChef en Casa, que se ejecutó en el 2do semestre del año. El objetivo principal es activar todos los canales de comunicación para lograr el aumento de ventas de pollo colombiano en el país. Esta campaña es a nivel nacional.



MEDIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	Total general	MIX
OOH	$ -	$ 125.334.000	$ -	$ 125.334.000	8%
PRENSA	$ 15.600.000	$ -	$ 15.600.000	$ 31.200.000	2%
RADIO	$ 17.000.064	$ 206.419.888	$ 71.999.388	$ 295.419.340	18%
REVISTAS	$ 45.000.000	$ -	$ -	$ 45.000.000	3%
TV CABLE	$ -	$ 24.908.830	$ 34.060.067	$ 58.968.897	4%
TV LOCAL	$ 16.282.924	$ 53.255.150	$ 15.188.120	$ 84.726.194	5%
TV NACIONAL	$ 113.048.508	$ 590.370.046	$ 168.791.844	$ 872.210.398	54%
TV REGIONAL	$ 24.611.342	$ 47.098.214	$ 19.058.389	$ 90.767.945	6%
SUBTOTAL	$ 231.542.838	$ 1.047.386.128	$ 324.697.808	$ 1.603.626.774	100%
IVA	$ 43.993.139	$ 199.003.364	$ 61.692.584	$ 304.689.087	
TOTAL	$ 275.535.977	$ 1.246.389.492	$ 386.390.392	$ 1.908.315.861	

COMERCIALES:

Referencia: Convocatoria
Duración: 20 seg
Link: https://www.youtube.com/watch?v=eNhjCuGHunA















Referencia: Cortinilla 10 segundos
Duración: 10 seg







Referencia: Kit Festival del Pollo
Duración: 10 segundos
Link: https://www.youtube.com/watch?v=M3xZiZFGkcs





Referencia: Semifinal Festival del Pollo-MasterChef en casa
Duración: 10 segundos
Link: https://www.youtube.com/watch?v=7_y6i8PpvEA








Referencia: Final Festival del Pollo-MasterChef en Casa.
Duración: 10seg







IMPRESOS:

Robapágina en La República:



Contraportada en Publimetro:





Doble Página + Troquelado Sobre Portada en la Revista VEA:





OOH:
Durante las primeras dos semanas del mes de Septiembre tuvimos presencia en ciudades principales por medio de paraderos de buses. Total alcance: 4.091.459

Ciudad	**CARAS**
Bogotá	170
Cali	70
Bucaramanga	30
Manizales	20
Armenia	20
Pereira	15
TOTAL CARAS	**325**



RADIO:

Cuña 30 segundos:

Referencia	Duración
1. Cuña Festival sep 15 al 15 oct Kit	30 segundos
2. Cuña Semifinal FDPC-Masterchef en casa	30 segundos
3. Cuña Final FDPC-Masterchef en casa	30 segundos

Reloj Comercial U Señal Horaria:

REF	KIT	FINAL	SEMIFINAL
	LOC.OFF:	**LOC.OFF:**	**LOC.OFF:**
	Son las XX	Son las XX	Son las XX
	No dejes de participar y llevarte el kit del festival del pollo Colombiano.	Prepárate ESTE 13 DE OCTUBRE para ver la FINAL DEL Festival del pollo colombiano Master cef en CASA.	Prepárate para VER nuestro SEMIFINAL DEL Festival del pollo colombiano

DIGITAL:



MINIPROGRAMAS:

Receta: Padthai de Pollo Por Nicolás De Zubiría
Reproducciones: 6.994
Link: https://www.youtube.com/watch?v=YQmbuzwWk-A&t=4s



Receta: Christopher Carpentier Prepara La Receta Cazuela De Pollo Chilena
Reproducciones: 793
Link: https://www.youtube.com/watch?v=QJIVSzu-Ras&t=2s



Receta: Jorge Raush Prepara Tacos De Tinga De Pollo
Reproducciones: 1.568
Link: https://www.youtube.com/watch?v=_76HHT20v-E&t=8s



Receta: Pastel De Choclo Y Pollo Preparado Por Christopher Carpentier
Reproducciones: 816
Link: https://www.youtube.com/watch?v=JQy6xjC4XQA&t=4s



Receta: Nicolás De Zubiría prepara Pollo Marinado en Yogurt
Reproducciones: 478
Link: https://www.youtube.com/watch?v=G5SmztbqVwk&t=4s



Receta: Jorge Rausch Cocina Pollo Sudado A La Criolla
Reproducciones: 971
Link: https://www.youtube.com/watch?v=X1S8C4swkFg



SEMIFINAL FESTIVAL DEL POLLO COLOMBIANO-MASTERCHEF EN CASA 2021:
Producción de semifinal via streaming con 16 participantes



Link: https://www.youtube.com/watch?v=m7bIWYnxbF0&t=591s

FACEBOOK	YOUTUBE	ACOMERPOLLO.COM
-Personas alcanzadas: 100.814 -La mayoría de audiencia estuvo conectada desde Bogotá, Antioquia y Valle, mujeres entre los 25 y 54 años.	-Impresiones: 10.400 -Usuarios máximos: 420 -Comentarios: 1.119	-Visitas de la página: 19.963 -Usuarios que visitaron: 12.679

FINAL FESTIVAL DEL POLLO COLOMBIANO-MASTERCHEF EN CASA 2021:
Ejecución de la final de la competencia de carácter presencial en los estudios de Master Chef en RCN.



Link: https://www.youtube.com/watch?v=74_rgyW_c0k&t=540s

FACEBOOK	YOUTUBE	ACOMERPOLLO.COM
-Personas alcanzadas: 100.814 -La mayoría de audiencia estuvo conectada desde Bogotá, Antioquia y Valle,	-Impresiones: 10.400 -Usuarios máximos: 420 -Comentarios: 1.119	-Visitas de la página: 19.963 -Usuarios que visitaron: 12.679

mujeres entre los 25 y 54 años.		

JUEGO VIRTUAL:

Por compras superiores a 20.000 pesos en pollo crudo o preparado los consumidores tenían la posibilidad de entrar a www.acomerpollo.com y participar en el juego virtual del festival por un kit de cocina compuesto por: delantal, guante de cocina, tabla para picar y una maleta térmica.
Para poder ganar un kit del festival, los consumidores debían responder 5 preguntas correctamente relacionadas con el pollo como proteína. Esta actividad se desarrolló del 15 de septiembre al 15 de octubre y se destinaron hasta 2.900 kits para que los consumidores tuvieran la oportunidad de ser un pollo lover.



ACTIVACIONES BTL:

Del 15 de septiembre al 15 de octubre, una tropa de promotoras estuvo visitando 867 puntos de venta de los avicultores con más de 1000 activaciones en 18 ciudades del país, invitando a los consumidores a participar por un delantal en el punto de venta y a conocer el Festival del Pollo Colombiano. Adicionalmente, se buscaba fomentar el consumo y seguir llevando nutrición a los consumidores Colombianos.









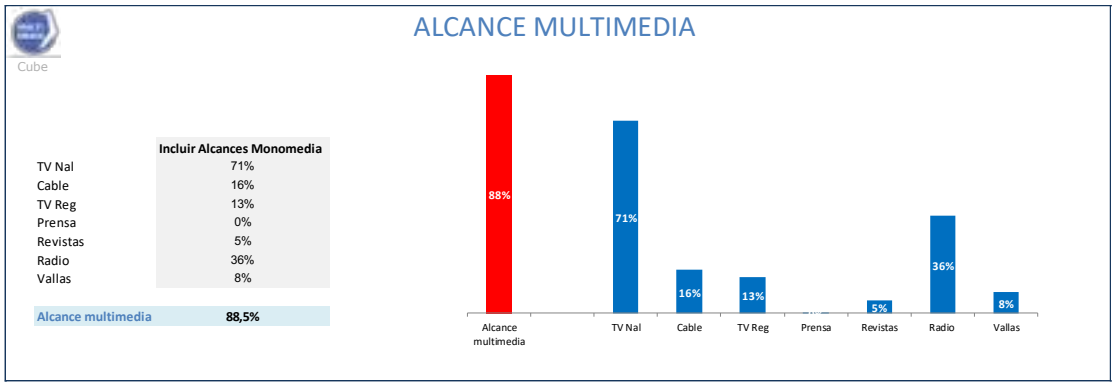





Resultados:
Para la edición de 2021 quisimos impactar a más personas y reforzar la campaña iniciada el año anterior, llevando nutrición a más hogares colombianos.
Estos fueron los resultados que obtuvimos con una iniciativa que demostró el gran valor que tiene el pollo para las familias colombianas Inicia a leer cifras de este año.

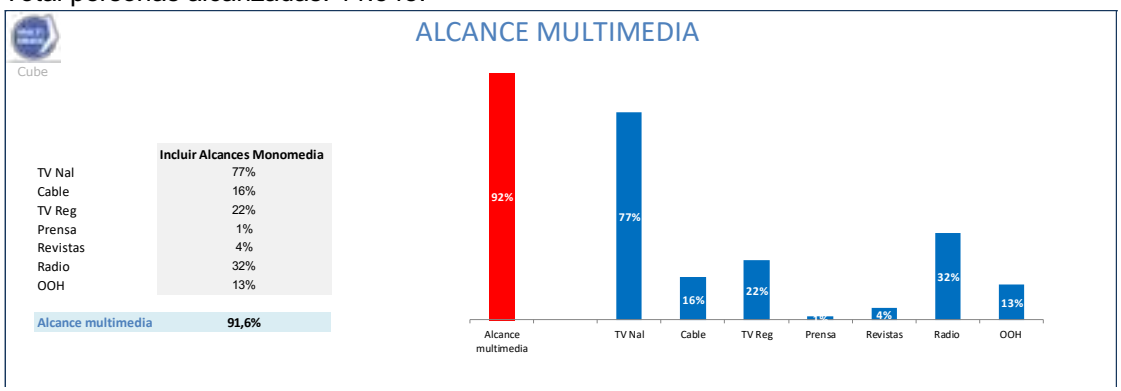
Visitas en acomerpollo.com		Jugadores Totales		Videos de Recetas	
2020	2021	2020	2021	2020	2021
363.300	609.717	5.000	11.919	500	1.069

ALCANCE MULTIMEDIA FDPC 2021 +1:
Administradores de hogar:
Total personas alcanzadas: 2.400.120

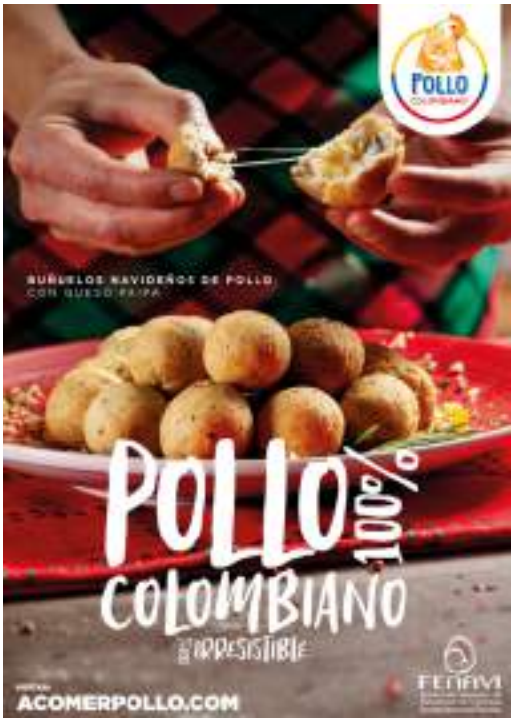


+18:

Total personas alcanzadas: 11.548.



CAMPAÑA POLLO 100% COLOMBIANO- BUÑUELOS DE POLLO CON QUESO PAIPA:



Durante el mes de diciembre, salimos al aire con nuestra sexta referencia de la campaña Pollo 100% Colombiano, esta referencia corresponde a la receta Buñuelos de Pollo con Queso Paipa.
Tuvimos presencia en televisión con el comercial de 30 segundos de la referencia y a nivel digital estuvimos en youtube con la referencia de 1 minuto donde se explica el paso a paso de la preparación de la receta Buñuelos de Pollo con Queso Paipa.

Piezas Buñuelos de Pollo con Queso Paipa:







Referencia en Youtube:

- Referencia de 1 minuto Buñuelos de Pollo con Queso Paipa: donde se muestra el paso a paso de la receta.
  Link: https://www.youtube.com/watch?v=0_hoyde04Sk



- Referencia de 30 segundos de Buñuelos navideños de pollo con queso paipa. Se puede encontrar en el canal de youtube y en Instagram de acomerpollo.
  Link:



CAMPAÑA DE NAVIDAD- ¡PÍDELE AL REY DE LA NAVIDAD!

Objetivo: Por medio de la campaña ¡Pídele al Rey de la Navidad! Buscamos llegar de la mano de la proteína estrella a los hogares de los colombianos con diferentes preparaciones con pollo y así poder estar presente en momentos especiales como lo son las novenas de aguinaldo y fomentar los vínculos de unión familiar y paz.

ACTIVIDAD ENTREGA DE CENAS:
De esta manera, se realizó una actividad BTL donde se entregaron **240** cenas a diferentes consumidores, llegando a cada hogar colombiano en la época decembrina y reforzando la versatilidad del pollo en diferentes preparaciones con la proteína tales como buñuelos de pollo, alitas en miel de panela y patacón con pollo; todas estas encaminadas en el marco de la campaña “Pollo 100% colombiano” buscamos volver al pollo la proteína estrella en navidad.
Las cenas se entregaron mediante dos dinámicas:

A. Envío de Cartas a MAEP el Rey de la navidad.

B. Mis aguinaldos en las principales emisoras: Candela, Olimpica, Tropicana, La Mega y Radio Uno.






ACTIVIDAD DE GROWTH HACKING- POLLO TOUR:



Buscamos apostarle a generar un impacto en la población joven y en el público familiar, para que consideren el pollo colombiano en cualquier momento de consumo.

Dinámica: llevar el pollo colombiano hasta varios sectores residenciales de la ciudad de Bogotá para llegar a un público familiar y a la zona de la 85 para impactar a los jóvenes.

Lo haremos a través de una dinámica que muestre otra cara de nuestra proteína. Un lado alegre, versátil y lleno de sabor.









IMPRESOS:
Invitamos a los colombianos a leer las novenas de navidad presentando las recetas más navideñas con Pollo Colombiano, y adicional los invitamos a participar en la dinámica del Rey De La Navidad conectándolos con nuestra página web.





Resultados:

- Recibimos 5.397 cartas enviadas al Rey de la Navidad. Quintuplicando el número de cartas previstas.
- Logramos entregar 240 cenas navideñas en las principales ciudades del país y el involucramiento de las emisoras con mayor audiencia.
- Total raciones de comida entregadas: 1.000
- KPI: 1.000
- Total códigos QR entregados: 5.000
- KPI: 5.000
- Visitas página web KPI: 15.000
- Cumplimiento: 15.733

Alcance +1:

Administradores de hogar	+18
1.993.320 Millones de personas	9.774.660 Millones de personas



ANIMACIONES TOTALES (FEBRERO-DICIEMBRE):
Todas estas piezas se pueden encontrar para una mejor visualización en el siguiente link:
https://drive.google.com/drive/folders/1KEGrwojM_d2yIOTpk5LLLU1tP3-VxvY4

Folder	CONTENIDO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1	***Pollo Top***	Rodaje verde	Dia mundian de la salud	Escritura de guiones parte 1	Escritura de guiones parte 2	Día del padre	Stand Up	Emprendedores	Festival del pollo 01	Halloween	INFORME	Playero
2	***Los pollitos dicen y Rey del Pollo***	Rey del pollo Dixie	Rey Del Pollo soulchicken	Fiambre de Pollo	Deditos de Pollo	Empanaditas de pollo	Tacos de pollo	Brochetas de pollo	Festival del pollo 02	Pollosaurus	INFORME	Pollo TopNavidad
3	***Video Cápsulas***	Cápsula 01	Blooper 1	Cápsula 07	Cápsula 01	Bloop_14	Bloop_1	Bloop_4	Festival del pollo 3	Cápsula 13	INFORME	Bloop 06
		Cápsula 02	Blooper 2	Cápsula 08	Cápsula 02	Cápsula 07	Bloop_2	Bloop_5	Festival del pollo 4	Cápsula 14	INFORME	Bloop 07
		Cápsula 03	Blooper 3	Cápsula 09	Cápsula 03	Cápsula 08	Bloop_3	Bloop_6	Festival del pollo 5	Cápsula 15	INFORME	Bloop 08
		Cápsula 04	Blooper 4	Cápsula 10	Cápsula 04	Cápsula 09	Altocontraste	Bloop_11	Festival del pollo 6	Cápsula 18	INFORME	Bloop 09
		Cápsula 05	Blooper 5	Cápsula 11	Cápsula 05	Cápsula 10	Altocontraste	Bloop_12	Cápsula 16	Cápsula 19	INFORME	Bloop 10
		Cápsula 06	Blooper 6	Cápsula 12	Cápsula 06	Cápsula 11	Altocontraste	Bloop_13	Cápsula 17	Conteo regresivo	INFORME	Bloop 15
4	***Fotos***	Foto 01	Foto 01	Foto 01	Foto 01	Foto 01	Foto 01	Foto 01	Foto 01	Foto 01	Foto 01	Foto 01
		Foto 02	Foto 02	Foto 02	Foto 02	Foto 02	Foto 02	Foto 02	Foto 02	Foto 02	Foto 02	Foto 02
		Foto 03	Foto 03	Foto 03	Foto 03	Foto 03	Foto 03	Foto 03	Foto 03	Foto 03	Foto 03	Foto 03
		Foto 04	Foto 04	Foto 04	Foto 04	Foto 04	Foto 04	Foto 04	Foto 04	Foto 04	Foto 04	Foto 04
		Foto 05	Foto 05	Foto 05	Foto 05	Foto 05	Foto 05	Foto 05	Foto 05	Foto 05	Foto 05	Foto 05
5	***Gif***	Gif 01	Gif 05	Gif 09	Gif 13	Gif 14	Gif 14	Gif 25	Gif 29	Gif 33	Gif 37	Foto 06
		Gif 02	Gif 06	Gif 10	Gif 14	Gif 15	Gif 15	Gif 26	Gif 30	Gif 34	Gif 38	Foto 07
		Gif 03	Gif 07	Gif 11	Gif 15	Gif 16	Gif 16	Gif 27	Gif 31	Gif 35	Gif 41	Foto 08
		Gif 04	Gif 08	Gif 12	Gif 16	Gif 17	Gif 17	Gif 28	Gif 32	Gif 36	Gif 40	Sticker 01
6	***Animaciones***	Logo Animado	Anima_01	Cabezote animado	Anima_01	Pollo_5	Anima_01	Anima_01	Anima_01	Anima_01	master chef	Sticker 02
		Logo Animado	Anima_02	Cabezote animado	Anima_02	Pollo_6	Anima_02	Anima_02	Anima_02	Anima_02	master chef	Sticker 03
		Logo Animado	Anima_03	Cabezote animado	Anima_03	Pollo_7	Pollo_9	Anima_03	Anima_03	Anima_03	Foto 06	Sticker 04
		Logo Animado	Anima_04	Cabezote animado	Anima_04	Pollo_8	Pollo_10	Anima_04	Anima_04	Anima_04	Foto 07	Sticker 05
7	***Extras***	Sticker 01	Blooper_h_1	Sticker 01	Sticker 01	Sticker 01	Codificación	Foto 06	Sticker 01	Foto 01	Ajustes	Sticker 06
		Sticker 02	Sticker 01	Sticker 02	Sticker 02	Sticker 02	Codificación	Foto 07	Sticker 02	Foto 02	Ajustes	Sticker 07
		Sticker 03	Sticker 02	Sticker 03	Sticker 03	Sticker 03	Codificación	Sticker Emprendedor 05	Sticker 03	Foto 03	Ajustes	Sticker 08
		Sticker 04	Sticker 03	Sticker 04	Sticker 04	Sticker 04	Codificación	Sticker Emprendedor 06	Sticker 04	Foto 04	Ajustes	Sticker 09
		Sticker 05	Sticker 04	Sticker 05	Sticker 05	Sticker 05	Codificación	Sticker Emprendedor 07	Sticker 05	Foto 05	Ajustes	Sticker 10
										Foto 06		Sticker 11
										Foto 07		
										Foto 08		
										Sticker 01		
										Sticker 02		
										Sticker 03		
										Sticker 04		
										Sticker 05		
										Sticker 06		
										Sticker 07		
										Sticker 08		
										Sticker 09		
										Sticker 10		

La otra forma de ver las piezas es visitando las redes sociales de la marca Pollo Colombiano.

GIF:


Bla bla bla!
Hora de un descanso!




Hora de un descanso!


guapachoso!











Giff_21.mp4



Giff_22.mp4



Giff_23.mp4



Giff_24.mp4



Giff_25.mp4



Giff_26_1.mp4



Giff_27_1.mp4



Giff_28_1.mp4


Giff_29_1.mp4



Giff_30_1.mp4



Giff_31_1.mp4


Giff_32_1.mp4



Giff_33_1.mp4



Giff_34_1.mp4



Giff_35_1.mp4



Giff_36.mp4


Giff_37.mp4


Giff_38.mp4


Giff_39.mp4


Giff_40.mp4



Giff_41.mp4

BLOOPERS:



blooper_1.mp4



blooper_2.mp4


blooper_3.mp4


blooper_4.mp4


blooper_5.mp4


blooper_6.mp4


blooper_7.mp4


CHICKEN
bloopers_h_1.mp4




WWW.ACOMERPOLLO.COM
bloop_1.mp4


¡PREPARA TUS TACOS
bloop_2.mp4


WWW.ACOMERPOLLO.COM
¡TACOS DE POLLO!
bloop_3.mp4



FOTOS:


LLEVA POLLO
SOUL CHICKEN


Amigo
POLLO CONTENTO!


ANTOJA
DECHITOS DE
POLLO
DECHITOS DE
POLLO


¡A COMER
POLLO!
SABANA

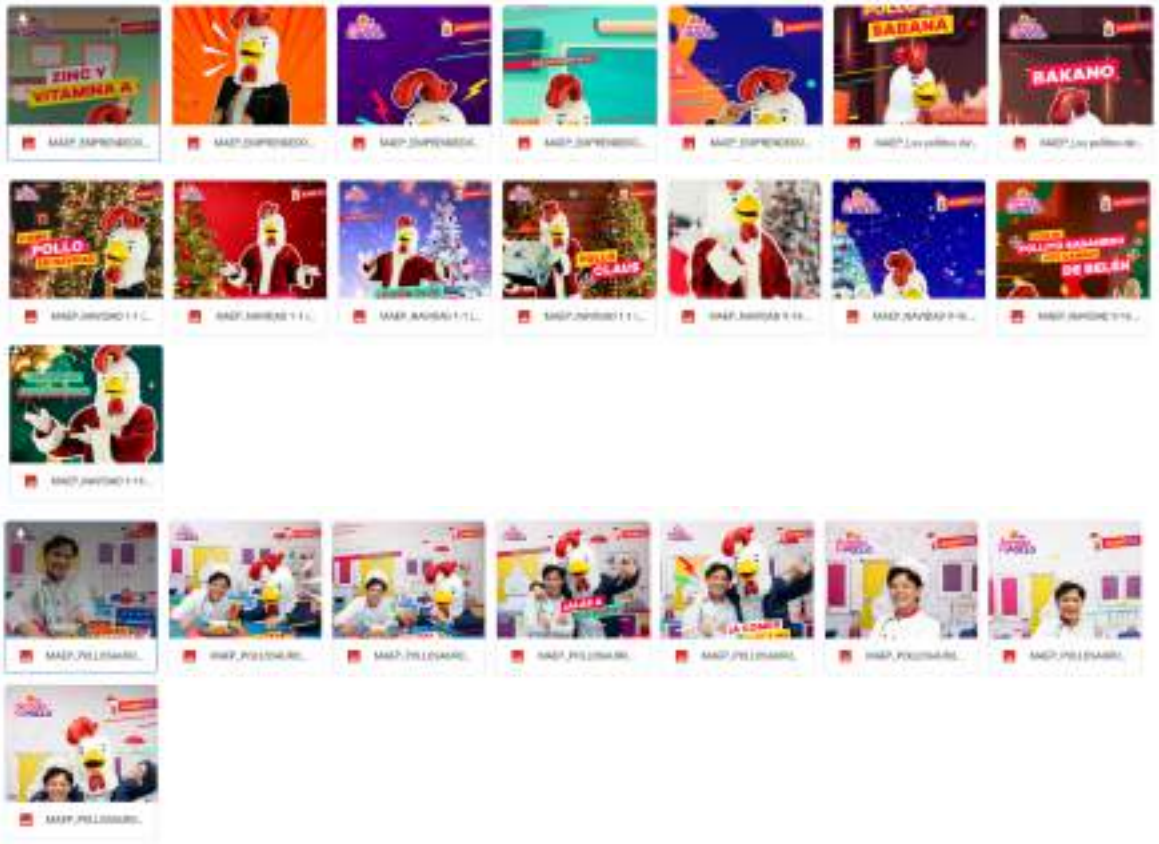

¡ALASTA
AQUI
COCINANDO
CON
¡POLLIPODERES
ACTIVADOS!


MAS QUE MIL
BAKANO

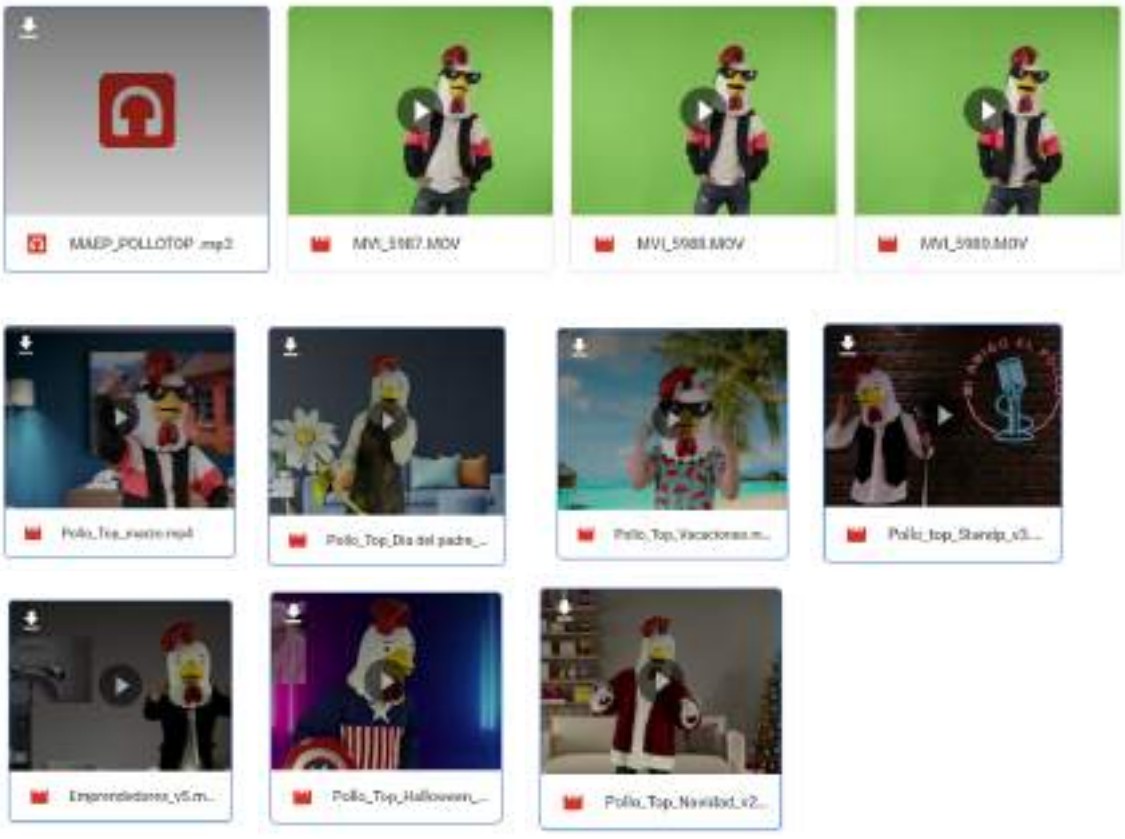



¡A COMER
POLLO!


HALLOWEEN
POLLITOS



POLLO TOP:



REY DEL POLLO:



LOS POLLITOS DICEN:







ANIMACIONES:





LOGO_POLLITOS_DICEN_...



a5_1.mp4



a6_1.mp4



a7_1.mp4



a8_2.mp4



Anima_01.mp4



Animacion_02.mp4



Animacion_03.mp4



Animacion_04.mp4



Anima_01



Anima_02.mp4



Pollo_9.mp4



Pollo_10.mp4



Anima_01.mp4



Anima_02.mp4

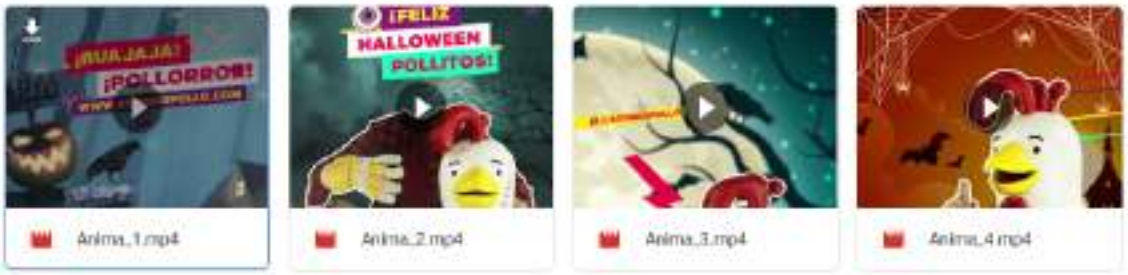


Anima_03.mp4



Anima_04.mp4


Animación_01.mp4
Animación_02.mp4
Bajo contenido en grasa
Ideal para cualquier
tipo de dieta
Animación_03.mp4
Cuida tu NUTRICIÓN
Animación_04.mp4

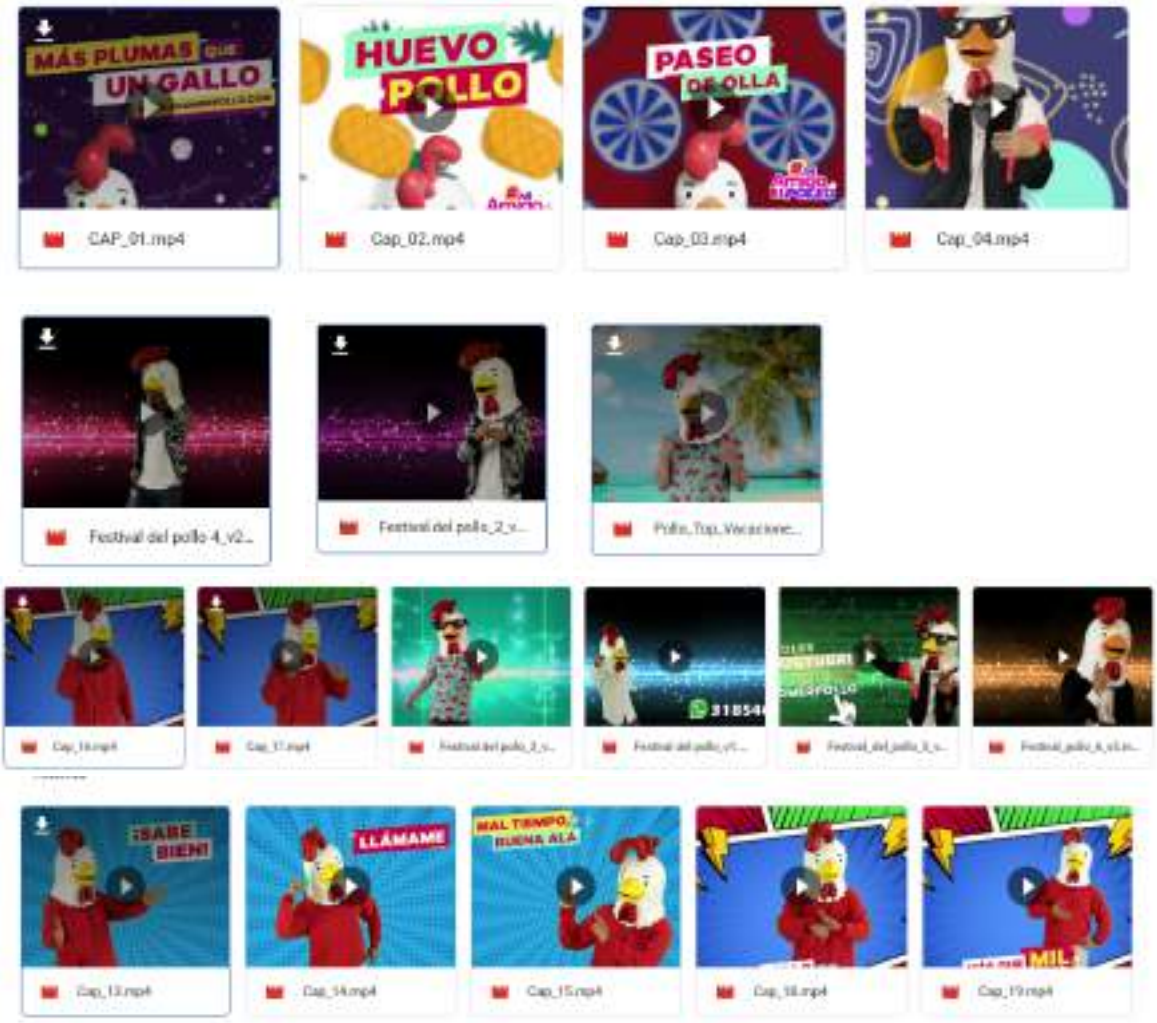

¡JUAJAJA!
¡POLLORROS!
Anima_1.mp4
¡FELIZ
HALLOWEEN
POLLITOS!
Anima_2.mp4
Anima_3.mp4
Anima_4.mp4

STICKERS:



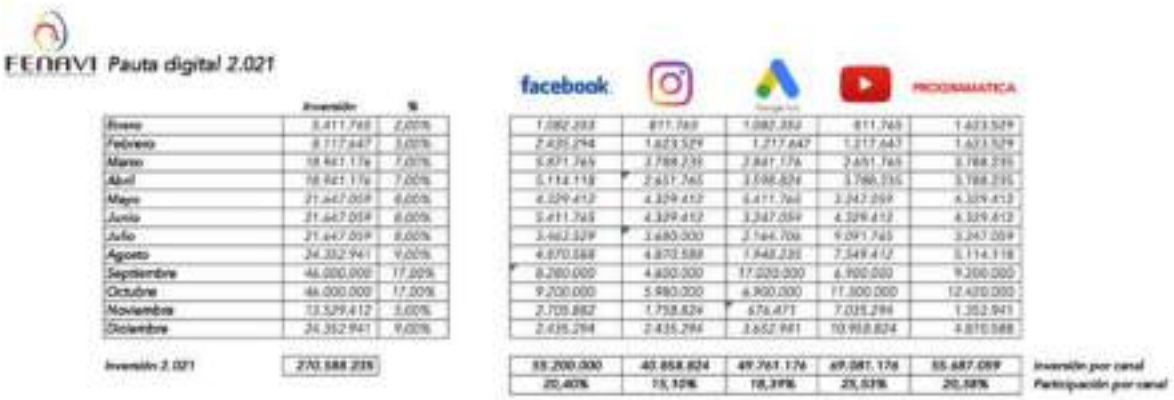


VIDEOS:


MÁS PLUMAS QUE UN GALLO
CAP_01.mp4
HUEVO POLLO
Cap_02.mp4
PASEO DE OLLA
Cap_03.mp4
Cap_04.mp4
Festival del pollo 4_v2...
Festival del pollo_2_v...
Pollo_Top_Vacaciones...
¡SABE BIEN!
Cap_13.mp4
LLÁMAME
Cap_14.mp4
MAL TIEMPO, BUENA ALA
Cap_15.mp4
Cap_18.mp4
Cap_19.mp4

ESTRATEGIA DIGITAL

RESUMEN DE INVERSIÓN DIGITAL- AÑO 2021



Presupuesto anual 2.021	700.000.000	Total
	588.235.294	Sin IVA

Presupuesto anual	Mensual	Porcentual	
270.588.235	22.549.020	46%	Pauta digital de Enero a Diciembre (Link)
82.352.941	6.862.745	14%	Creación de contenidos digitales, SEO
47.058.824	3.921.569	8%	Creación de estrategias de Growth Hacking
35.294.118	2.941.176	6%	Creación y administracion del Juego, Sitio Web y Redes sociales
5.882.353	490.196	1,00%	Herramientas digitales (Link)
147.058.824	12.254.902	25,0%	Fee de agencia (Equipo de trabajo)

***Valores sin IVA.**

DESARROLLO DE LA CAMPAÑA

RESULTADOS E IMPACTO:

Se trabajaron diferentes pilares de comunicación en los canales digitales del programa pollo “A COMER POLLO” con el objetivo principal del programa:
Motivar el consumo de pollo en los colombianos.
Se fortaleció el plan de trabajo de concepto de campaña de pollo 100% colombiano, 100% apetitoso, 100% irresistible que tendrá como pilar de comunicación principal este año dentro del canal digital, el fortalecimiento del consumo de pollo colombiano.
En el análisis inicial propusimos unos KPI´s que nos permitieran evaluar los tipos de comunidades que a 2021 existían en los diferentes canales digitales.
Durante este primer semestre se realizaron las siguientes actividades:

- Expectativa del nuevo sello pollo colombiano.
- Campaña de expectativa pollo 100 colombiano, 100% apetitoso, 100% irresistible.
- Contenido a través del consumo de pollo 100% colombiano.
- Comerciales de pollo 100% colombiano.
- Campaña déjanos pasar.
- Tácticas digitales para crecimiento de nuestros activos digitales.
- Contenido relevante y de calidad para aumentar las diferentes comunidades de a comer pollo y su sitio web acomerpollo.com

Durante el primer semestre del 2021 empezamos la expectativa para el lanzamiento del nuevo logo/sello de Pollo Colombiano y el lanzamiento de la campaña anual Pollo 100% Colombiano. Adicionalmente, se inició la planeación de nuestro gran evento del año pollo shares creando una campaña motivacional para la donación de pollo a los niños de zonas vulnerables del país. Se crearon 4 capsulas de mi amigo el pollo en la ciudad, 3 videos de instituciones y la ayuda de ABACO y

alcanzamos a comunicar nuestra campaña de expectativa con un alcance de 81.234 y más de 4700 interacciones. Lamentablemente el cambio en la situación del país frente al paro nacional nos hizo hacer un alto en nuestra comunicación y empezar a alinear la campaña déjanos pasar. Esta campaña logro llegar a la lista de tendencias en twitter y en Facebook e Instagram un crecimiento orgánico de más de 20 mil personas. Logramos la unión de diferentes sectores que permitieron darle amplitud a la imagen y mensaje de comunicación #dejanospasar.

A corte del mes de mayo de 2021 nuestros KPIs de activos digitales sufrieron algunas perdidas frente a la ausencia de contenido y para esto en el mes de junio se trabajaron dos frentes con un solo mensaje de comunicación POLLO 100% COLOMBIANO.
A corte de junio 30 hemos promocionado a través de canales digitales 3 comerciales de pollo 100% colombiano (pollo pop corn, alitas de pollo con miel y panela y ensalada de pollo) sumado a estos los diferentes contenidos creados por nosotros en multimedia, reels, asm y publicaciones en diferentes formatos.

A corte de junio 30 logramos alcanzar 20.100.000 personas en Facebook, 21.200.000 impresiones pagadas logrando posicionarnos en las diferentes ciudades Bogotá, Barranquilla, Cali y Medellín dentro de estos alcances.
En la actualidad contamos con una comunidad en Facebook de 98.636 personas y un Engagement de 1.67% logrando en el último trimestre un incremento de 4.937 seguidores.
En Instagram contamos con una comunidad de 21.132 seguidores logrando un incremento de 1.014 seguidores y un Engagment del 1.06%.
Nuestra página web acomerpollo.com tuvo un nuevo rediseño donde propusimos un pollo más apetitoso, un look and feel de acuerdo al nuevo lineamiento del programa y del pollo 100% colombiano así como la nueva organización en los diferentes pilares de comunicación.
En nuestra página a corte de junio 2021 recibimos 21mil nuevos visitantes que incremento en un 665% las visitas con respecto a los meses anteriores. Logramos un aumento del 712% en número de sesiones un posicionamiento de recetas con pollo y pollo en las 6 primeras posiciones de google.
Logramos gracias a la iniciativa de la campaña del rey de las alitas un incremento del 291% de visitantes directo gracias a esta iniciativa, recuperando así nuestro trafico normal en el sitio web.
Tuvimos la oportunidad con el programa de presentar un nuevo formato educativo a través del uso de lives con especialistas y profesionales de la salud, a través de Facebook y YouTube para llevar un mensaje educativo y de diferentes pilares importantes logrando 650 reproducciones orgánicas de este contenido y permitiendo a la audiencia unos espacios educativos y de conocimiento muy valiosos por parte del programa.
En YouTube hemos crecido en un 55% nuestra comunidad gracias a la variedad de contenido compartido y las mejoras en estructuras de seo y visibilidad de los tags de nuestros videos.

Durante el segundo semestre, manejamos diferentes estrategias entorno a seguir promocionando y dando a conocer diferentes recetas de la campaña Pollo 100% colombiano y actividades como el Festival del Pollo y la campaña de Navidad.

En el mes de julio, nos enfocamos en promocionar la referencia “Ensalada de Pollo con mostaza” e impulsar los contenidos saludables que iban de la mano con la receta de dicho mes. Siguiendo con la temática de apetitosidad se generaron piezas fijas con recetas saludables que están en la página web, llevando tráfico a la sección de recetas. Se manejaron Reels referente a las ensaladas, generando un alcance de 13.450 y un total de reproducciones de 13.020. Por medio de historias interactivas se lograron 5.947 impresiones. Durante este mes también dimos por finalizada la campaña “Rey de las alitas” logrando un alcance de 8.617 en publicaciones de Facebook y 5.655 en Instagram para la expectativa del evento. Ya en el mismo se alcanzaron 183.273 personas y para el live logramos 187 interacciones.

Para el mes de agosto, se dio inicio a una de las actividades más grandes del año y una de las más importantes para el programa pollo, el Festival del Pollo Colombiano, con su segunda versión de MasterChef en Casa. Impactando al 23% de la población colombiana, logrando alcanzar a 11’647.397 personas. Teniendo en cuenta los buenos resultados que se obtuvieron con las publicaciones de Master Chef en Casa y las recetas se seguirá alternando el contenido, pero dando prioridad a Master Chef en Casa.

El cambio de horario en el live mensual mostró una notable mejoría en audiencia, teniendo un aumento aproximadamente el 300% en comparación con el anterior.

En septiembre y octubre, se dio continuidad al Festival del Pollo Colombiano, implementando estrategias para atraer más público como lives con jurados y reels mostrando la experiencia vivida por los ganadores de la primera versión del Masterchef en casa; logrando de esta manera incrementar las estadísticas en más de un 80% en comparación a meses anteriores.

De esta manera, El festival fue la campaña que mayor apalancamiento en redes generó en el 2021 y logró capturar un mayor número de audiencia, exactamente el 26% de interacciones totales del año. Lo cual fue importante a hora de revisar el cumplimiento de los KPI´s anuales.

En el mes de noviembre, se dio a conocer la referencia “Patacones con Pollo y aguacate”. Esta referencia se manejó bajo la campaña De punta a punta, donde a través de un recorrido gastronómico se buscó resaltar la versatilidad del pollo en compañía del patacón en diferentes regiones del país.

De esta manera, se registraron 9.137 visitas a la página web y el 60% de las sesiones registradas provinieron de búsquedas en Google.

Finalizando el año, en el mes de diciembre se realizó la campaña del “Rey de la navidad” y el “Pollo tour”. Gracias a esta campaña duplicamos el número de personas que ingresaron a nuestra página web y triplicamos el número de interacciones en la misma.
Nuestro público se siente identificado con este tipo de dinámicas, aumentando nuestro engagement a un 2,6% en Facebook, y gracias a la campaña se alcanzaron 872.575 cuentas nuevas en Instagram, lo que significa un incremento del 57%.

Como conclusiones en el desarrollo de la estrategia digital en el año 2021 encontramos que:

- En Facebook incrementamos un 14,8% de seguidores con respecto al año anterior, logrando así un aumento del 23% en interacción con la página.
- En cuanto a Youtube nuestro número de suscriptores aumentó en un 20% en comparación al año anterior demostrando un alto interés por las campañas del año.
- En página web campañas como Festival y Navidad ayudaron a atraer a más de 167 mil usuarios y más de 500 mil visitas.
- En Instagram logramos posicionarnos como una de las marcas más importantes en comparación a nuestra competencia: Porkcolombia y Fedeacua. Llegando a los 29.051 seguidores.

MEDIOS	KPIS	2021		
		1ER SEMESTRE (enero - junio)	2DO SEMESTRE (julio - diciembre)	TOTAL
YOUTUBE	SUSCRIPTORES (+)	4.825	2.628	7.453
	REPRODUCCIONES	700.100	982.492	1,682.592
ACOMERPOLLO.COM	VISITANTES	105.577	461.493	567.070
	DIRECTO	4.217	28.586	32.803
	ORGÁNICO	35.324	57.871	93.195
	REFERIDO	1.211	2.636	3.847
	SOCIAL	28.415	27.134	55.549
	OTRO	355	448	803
	PAID	88.567	124.906	213.473
FACEBOOK	ALCANCE	20.160.773	19.762.856	39.923.629
	INTERESADOS	145.022	431.620	576.642
	CLICS	293.700	358.700	652.400
	VISTAS	17.540	31,841	49.381
	NÚMERO DE ME GUSTA	12.476	8,783	21.259
	ENGAGEMENT	8.35%	4.54%	4.54%
INSTAGRAM	COMUNIDAD	25.567	3.490	29.057
	ENGAGEMENT	2.57%	2.48%	2.48%

PREMIO WINA:

Por primera vez en la historia de FENAVI, una campaña publicitaria de promoción al consumo es galardonada en un certamen internacional compitiendo contra otros países y múltiples categorías de producto. Y el mismo fue entregado por la campaña “100% Pollo Colombiano, 100% Irresistible”



EL POLLO Y LA SALUD:
FECHA DE INICIACIÓN Y TERMINACIÓN: Febrero a diciembre 2021

OBJETIVOS:

- Contar con el apoyo técnico de una academia o asociación de nutrición para llegar a profesionales de la salud con el fin de desmitificar las falsas creencias acerca del pollo y su consumo y resaltar las bondades nutricionales del pollo.
- Convertir a los profesionales de la salud en aliados y multiplicadores de las bondades del pollo de tal forma que influyan en sus recomendaciones orientadas hacia el aumento de consumo de pollo en los hogares.
- Participación en congresos de salud manteniendo los espacios para las charlas relacionadas con la desmitificación de falsas creencias y las bondades del pollo colombiano en la salud.
- Dar jornadas de formación a consumidores finales en temas como la manipulación, bondades nutricionales del pollo colombiano y recomendaciones

ACTIVIDADES

CONVENIO CON ACADEMIA O SOCIEDADES ESPECIALIZADAS O PROFESIONALES DE LA SALUD ESPECIALIZADOS

1. Adaptación de artículos científicos de pollo a artículos de prensa, revistas o cualquier medio escrito que se determine.
2. Educación nutricional a profesionales de la salud a través de seminarios, charlas o talleres en eventos científicos o diseño de comunicación para los profesionales de la salud, a nivel nacional para resaltar las bondades del pollo.
3. Educación nutricional a profesionales de la salud a través de seminarios, charlas o talleres en eventos científicos o diseño de comunicación para los profesionales de la salud, a nivel nacional para resaltar las bondades del pollo.
4. Conferencias, charlas o talleres dirigidos a amas de casa o madres comunitarias a nivel nacional o locales con el fin de educar a la comunidad a cerca de las bondades nutricionales de la carne de pollo.
5. Eventos científicos (congresos, simposios, jornadas, cursos de actualización) locales o nacionales, en caso de ser de interés.

RESULTADOS

Resumen de actividades realizadas en el año 2021:

1. CONFERENCIAS (CENTRO COLOMBIANO DE NUTRICIÓN INTEGRAL):

ACTIVIDAD: CONFERENCIA							
ACTIVIDAD	**MES**	**CIUDAD**	**RESPONSABLE**	**TIPO DE ACTIVIDAD**	**ENTIDAD**	**PARTICIPANTES**	**ASISTENTES**
Nutrición en tiempo de pandemia	Marzo	Florencia	ND. Claudia Angarita	Webinar	Secretaria de salud Municipal	Personal técnico y profesionales de la salud	20
Nutrición en tiempo de pandemia	Marzo	Florencia	ND. Claudia Angarita	Webinar	Secretaria de salud Departamental	Personal técnico y profesionales de la salud	20
La proteína como nutriente fundamental en la prevención de la obesidad	Abril	Barranquilla	ND. Claudia Angarita	Webinar	ICBF	Nutricionistas	230
Estilos de vida saludable	Junio	Bucaramanga	ND. Claudia Angarita	Webinar	ICBF	Personal operador logístico	72

Estilos de vida saludable	Julio	Boyacá	ND. Claudia Angarita	Webinar	Restaurantes y expendios de carnes	Manipuladores	22
Lactancia Materna	Agosto	Santander	ND. Katerine Villa	Webinar	ICBF	Personal técnico, profesionales de la salud, y madres comunitarias	49
Pane de nutrición	Noviembre	Antioquia	ND.Claudia Angarita/ND-Katherine Villa	Webinar	Fenavi	Público en general	300
Etiquetado Nutricional	Noviembre	Barranquilla	ND. Claudia Angarita	Conferencia	Fenavi	Público en general	10
TOTAL ASISTENTES							**723**

DETALLE:

Nutrición en tiempo de pandemia	Webinar	Patricia Guevara	ND. Claudia Angarita
Nutrición en tiempo de pandemia	Webinar	Patricia Guevara	ND. Claudia Angarita

Tema: Nutrición en tiempo de pandemia.
Descripción: En esta conferencia se describieron los siguientes temas:
1. Descripción de los cambios en los hábitos de alimentación de acuerdo con la encuesta realizada por el CECNI en el 2020.
2. Impacto en la salud que ha tenido la pandemia.
3. Nutrición, alimentación y estilos de vida saludable para mejorar el sistema inmune.
4. Beneficios nutricionales del pollo y como este puede mejorar el sistema inmune.
5. Alimentación para prevenir el COVID19
6. Alimentación cuando se tiene COVID19



16 de abril	La proteína como nutriente fundamental en la prevención de la obesidad	Webinar	Derly Ordoñez	ND. Claudia Angarita	ICBF / Barranquilla	230

Tema: La proteína como nutriente fundamental en la prevención de la obesidad
Descripción: En esta conferencia se describieron los siguientes temas:
-Conceptos generales: descripción de las estrategias a nivel nutricional para prevenir la obesidad a nivel individual, familiar y escolar.

- Proteína como nutriente fundamental en la prevención de la obesidad: se describió la importancia de un equilibrio nutricional y se describió las funciones de la proteína en todas las funciones del cuerpo.
- ¿Cómo cubrir el aporte proteico? Se habla de la importancia de incluir proteína animal en la dieta y los beneficios de comer proteína de pollo
- Conclusiones.







4 de junio	Estilos de vida saludable	Webinar	Jessica García	ND. Claudia Angarita	ICBF

Tema: Estilos de vida saludable
Descripción: En esta conferencia se describieron los siguientes temas:
Qué es un estilo de vida saludable
Factores que determinan el estado de salud
Cómo construir hábitos de vida perdurables
Nutrición intuitiva
Nutrición consciente
Beneficios de consumir pollo



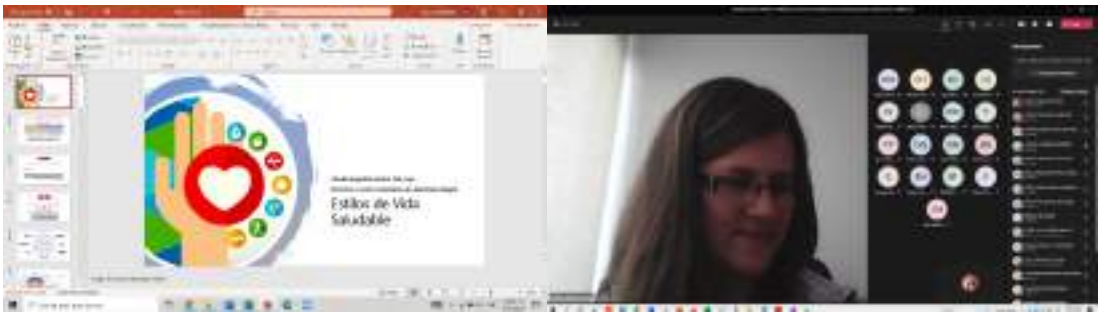
14 de julio	Estilos de vida saludable	Webinar	Patricia Guevara	ND. Claudia Angarita	Manipuladores Boyacá	22

Conferencia: estilos de vida saludable.

Tema: En esta conferencia se describieron los siguientes temas:

- Qué es un estilo de vida saludable
- Factores que determinan el estado de salud

- Cómo construir hábitos de vida perdurables
- Nutrición intuitiva
- Nutrición consciente
- Beneficios de consumir pollo



10 de agosto	Lactancia Materna	Webinar	Jessica García	ND. Katerine Villa	ICBF Santander

Tema: Beneficios de la lactancia materna
Dirigido a: Invitados del ICBF
Contenido:

- Situación de la lactancia materna
- Recomendaciones de la lactancia materna
- Beneficios de la lactancia materna
- Conclusiones

Asistencia: Aprox. 49 participantes.
Se anexa presentación e informe.



23 de agosto	Lactancia y alimentación complementaria: el poder del lacto amor	Webinar	programa Pollo	ND. Katerine Villa	ICBF	49

Tema: Beneficios de la lactancia materna
Conferencista: ND. Katerine Villa
Dirigido a: Invitados del ICBF
Contenido:

- Situación de la lactancia materna
- Recomendaciones de la lactancia materna
- Beneficios de la lactancia materna
- Conclusiones



20 de agosto (3sep)	Grabación conferencia congreso nutrición, crianza y salud	Webinar	Paula Pérez	Katerine Villa

Tema: Fundamentos de la alimentación complementaria, BLW y Bliss
Conferencista: ND. Katerine Villa
Dirigido a: profesionales e interesados en el tema, participantes del congreso de la SCP: nutrición, crianza y salud.
Contenido:

- Alimentación complementaria
- Evidencia científica; BLW - BLISS
- Recomendaciones en consulta
- Conclusiones

Dentro de la sesión de preguntas se resolvieron las siguientes:

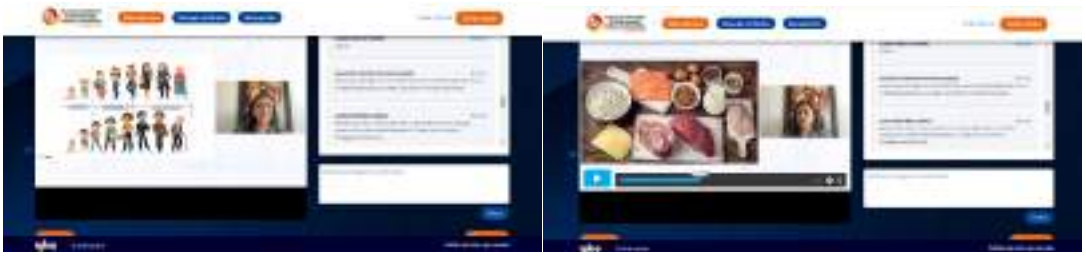
- ¿Cuál es la importancia del hierro en la complementaria?
- ¿Qué método es mejor BLW o BLISS?
- ¿Desde qué mes se puede ofrecer pollo, huevo, carnes?



2 de octubre	Osteoporosis: prevención a través de la nutrición	Webinar	Paula Pérez	ND. Claudia Contreras	ACE

Conferencia: Osteoporosis: prevención a través de la nutrición.
Conferencista: ND. Claudia Angarita
Asociación: Asociación Colombiana de endocrinología, ACE
Descripción: se desarrollaron los siguientes temas.

- Estado Nutricional
- Proteína
- Calcio
- Tendencias Alimentarias



2. SIMPOSIOS REGIONALES (ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE ENDOCRINOLOGIA, DIABETES Y METABOLISMO):

ACTIVIDAD: SIMPOSIOS REGIONALES/CONGRESOS							
ACTIVIDAD	**MES**	**CIUDAD**	**RESPONSABLE**	**TIPO DE ACTIVIDAD**	**ENTIDAD**	**PARTICIPANTES**	**ASISTENTES**
Simposio Tópicos calientes en endocrinología Parte II	Marzo	Virtual	ND. Claudia Angarita	Simposio	ACE	Profesionales de la salud	567
Simposio Guías de tratamiento puestas en práctica	Marzo	Virtual	ND. Claudia Angarita	Simposio	ACE	Profesionales de la salud	645
Simposio Hipertensión Endocrina	Abril	Virtual	Dra. Liliana Esther Bernal	Simposio	ACE	Profesionales de la salud	771
Simposio Obesidad, Nutrición y Hábitos Saludables	Junio	Virtual	Dr. Pedro Sánchez	Simposio	ACE	Profesionales de la salud	1091
Simposio Endocrinología en la Mujer	Junio	Virtual	ND. Claudia Angarita	Simposio	ACE	Profesionales de la salud	594
Simposio Endocrinología Cardiovascular	Julio	Virtual	ND. Yadira Cortés	Simposio	ACE	Profesionales de la salud	496
Simposio Alimentación y Endocrinología: ¿Qué como para mi Enfermedad?	Julio	Virtual	Dra.Yessica Agudelo	Simposio	ACE	Profesionales de la salud	548
Simposio Endocrinología en el Hombre y la Mujer: "Los hombres son de Marte, las mujeres son de Venus"	Septiembre	Virtual	Dr.Santiago Vallejo	Simposio	ACE	Profesionales de la salud	392
Congreso crianza, salud y nutrición	Septiembre	Virtual	ND. Katherine Villa	Congreso	Sociedad Colombiana de Pediatría	Profesionales de la salud	835
Simposio Salud ósea y osteoporosos	Octubre	Virtual	ND. Claudia Contreras	Simposio	ACE	Profesionales de la salud	445
Simposio Diabetes y sus comorbilidades, una mirada comprehensiva	Octubre	Virtual	Dra. Verónuca Abad	Simposio	ACE	Profesionales de la salud	403

TOTAL ASISTENTES	6787



3. LIVES EN REDES SOCIALES:

TOTAL OTRAS ACTIVIDADES	12

ACTIVIDAD: LIVES EN REDES SOCIALES (FACEBOOK-YOUTUBE-INSTAGRAM)								
ACTIVIDAD	**MES**	**MODALIDAD**	**Responsable**	**PARTICIPANTES**	**ALCANCE PROMEDIO**	**YOUTUBE VISTAS**	**FACEBOOK REPRODUCCIONES**	**INSTAGRAM REPRODUCCIONES**
Snacks saludables con pollo	Abril	Virtual	ND. Claudia Angarita-ND. María Alejandra Angarita- Chef Valeria Giha	Público en general	90	308	927	NA
¿Cómo vivir una menopausia saludable?	Mayo	Virtual	ND. Claudia Angarita – Dr. Mauricio Rojas	Público en general	46	240	490	NA

¿Por qué incluir menudencias en tu alimentación?	Junio	Virtual	ND. Claudia Angarita - ND.Katherine Villa	Público en general	87	300	1214	NA
¿Cómo una adecuada nutrición puede fortalecer el sistema inmune?	Julio	Virtual	ND. Claudia Angarita – ND. Marisa Canicoba	Público en general	48	196	535	NA
Alimentación Complementaria y tips nutricionales para toda la familia	Agosto	Virtual	Dr. Darío Botero Médico Pediatra y Puericultor.	Público en general	526	NA	1800	4878
Consejos Para Manipular Correctamente El Pollo	Agosto	Virtual	ND. Claudia Angarita- Carolina Garcés y Katherine Ordoñez Ingenieras de alimentos	Público en general	159	323	1425	NA
Importancia de la nutrición en el adulto mayor	Septiembre	Virtual	ND. Claudia Angarita ND. Gloria Cesilia Deossa	Público en general	95	169	1164	NA

TOTAL OTRAS ACTIVIDADES	12

ACTIVIDAD: LIVES EN REDES SOCIALES (FACEBOOK-YOUTUBE-INSTAGRAM)								
ACTIVIDAD	**MES**	**MODALIDAD**	**Responsable**	**PARTICIPANTES**	**ALCANCE PROMEDIO**	**YOUTUBE VISTAS**	**FACEBOOK REPRODUCCIONES**	**INSTAGRAM REPRODUCCIONES**
Snacks saludables con pollo	Abril	Virtual	ND. Claudia Angarita-ND. María Alejandra Angarita- Chef Valeria Giha	Público en general	90	308	927	NA
¿Cómo vivir una menopausia saludable?	Mayo	Virtual	ND. Claudia Angarita – Dr. Mauricio Rojas	Público en general	46	240	490	NA
¿Por qué incluir menudencias en tu alimentación?	Junio	Virtual	ND. Claudia Angarita - ND.Katherine Villa	Público en general	87	300	1214	NA
¿Cómo una adecuada nutrición puede fortalecer el sistema inmune?	Julio	Virtual	ND. Claudia Angarita – ND. Marisa Canicoba	Público en general	48	196	535	NA
Alimentación Complementaria y tips nutricionales para toda la familia	Agosto	Virtual	Dr. Darío Botero Médico Pediatra y Puericultor.	Público en general	526	NA	1800	4878

Consejos Para Manipular Correctamente El Pollo	Agosto	Virtual	ND. Claudia Angarita- Carolina Garcés y Katherine Ordoñez Ingenieras de alimentos	Público en general	159	323	1425	NA
Importancia de la nutrición en el adulto mayor	Septiembre	Virtual	ND. Claudia Angarita ND. Gloria Cesilia Deossa	Público en general	95	169	1164	NA













Snacks saludables con pollo:
Link: https://www.youtube.com/watch?v=u7LhmVXjIzQ



¿Cómo vivir una menopausia saludable?:
Link: https://www.youtube.com/watch?v=NS95VB2GXAE



¿Por qué incluir menudencias en tu alimentación?:
Link: https://www.youtube.com/watch?v=WYOULl6hZ7k



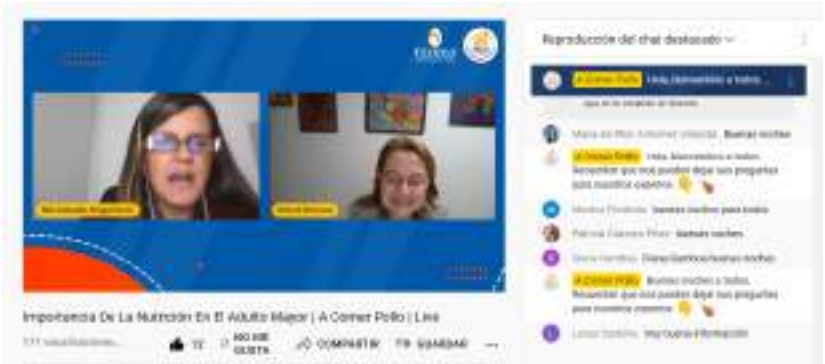
Nutrición Para El Sistema Inmune
Link: https://www.youtube.com/watch?v=s0cdZOxZSZ4



Consejos Para Manipular Correctamente El Pollo
Link: https://www.youtube.com/watch?v=0m-7jg5EX9k&t=281s



Importancia De La Nutrición En El Adulto Mayor
Link: https://www.youtube.com/watch?v=1DrP9A0lI4w



Alimentación Saludable
Link: https://www.youtube.com/watch?v=X-Oh19XIMcQ&t=260s



Nutrición en la infancia: una ventana de oportunidades
Link: https://www.youtube.com/watch?v=gq8ekzGfX9A



4. OTRAS ACTIVIDADES: E-BOOK, PODCAST, RECETAS:

OTRAS ACTIVIDADES: E-BOOK, PODCAST, RECETAS						
ACTIVIDAD	**MES**	**CIUDAD**	**RESPONSABLE**	**TIPO DE ACTIVIDAD**	**ENTIDAD**	**PARTICIPANTES**
Dieta basada en planta ¿son viables en la primera infancia ?	Abril	Virtual	ND. Claudia Angarita	E-book	CECNI	Profesionales de la salud
Malnutrición en Colombia	Abril	Virtual	ND. Claudia Angarita	Podcast	CECNI	Público en general
Nutrición y sistema inmune	Mayo	Virtual	ND. Claudia Angarita	Podcast	CECNI	Público en general
Receta Mini Pie de Pollo	Junio	Virtual	Nutricionista	Receta	Mi Manual del Bebé	Público en general (Mamás)
Importancia de las visceras en al alimentación	Julio	Virtual	ND.María Alejandra Angarita	E-book	CECNI	Profesionales de la salud
Introducción del consumo de pollo en bebés por método BLW o método Bliss	Agosto	Virtual	Dr. Victoria Álvarez	Artículo	Mi Manual del Bebé	Público en general (Mamás)
¿Cómo introducir el pollo en la alimentación de tu bebé?	Octubre	Virtual	Dr. Dario Botero	Artículo	Mi Manual del Bebé	Público en general (Mamás)
Semana 25 de embarazo	Octubre	Virtual	Pediatra	Boletín	Mi Manual del Bebé	Público en general (Mamás)

Mes 6 del bebpe	Octubre	Virtual	Pediatra	Boletín	Mi Manual del Bebé	Público en general (Mamás)
Pollo, nutrición y deporte	Octubre	Virtual	ND. Mónica Florez	Podcast	CECNI	Público en general
Pollo, embarazo y lactancia	Octubre	Virtual	ND. Katerine Villa	Podcast	CECNI	Público en general
Aporte nutricional del pollo y los beneficios de sus nutrientes	Diciembre	Virtual	ND.Claudia Angarita	E-book	CECNI	Público en general
TOTAL OTRAS ACTIVIDADES						**12**

5. WEBINAR (SOCIEDAD COLOMBIANA DE PEDIATRÍA):

ACTIVIDAD: WEBINAR								
ACTIVIDAD	**MES**	**CIUDAD**	**RESPONSABLE**	**TIPO DE ACTIVIDAD**	**ENTIDAD**	**PARTICIPANTES**	**ASISTENTES**	**YOUTUBE REPRODUCCIONES**
Proteína, nutriente fundamental en la infancia	Junio	Virtual	Dra.Nenna Lung	Webinar	Sociedad Colombiana de Pediatría	Profesionales de la salud	208	95
Estrategias para lograr hábitos saludables de alimentación en la infancia	Agosto	Virtual	Dra.Clara Rojas	Webinar	Sociedad Colombiana de Pediatría	Profesionales de la salud	273	65
Deficiencias Nutricionales En La Infancia ¿Cómo Abordarlas?	Octubre	Virtual	Dra.Nenna Lung	Webinar	Sociedad Colombiana de Pediatría	Profesionales de la salud	191	43
Alergias alimentarias, ¿cómo diagnosticarlas y cuáles son los alérgenos más comunes?	Noviembre	Virtual	Dr.Alfonso Mario Cepeda	Webinar	Sociedad Colombiana de Pediatría	Profesionales de la salud	146	N/A
TOTAL PARTICIPANTES							**818**	**203**

-Link: https://www.youtube.com/watch?v=tVssKsNCpjo





-Link: https://www.youtube.com/watch?v=3uweOzEieSI&t=1111s





-Link: https://www.youtube.com/watch?v=YEtDeAkdC7U





DISEÑO DE REVISTA CIENTIFICA COMO MATERIAL DE APOYO PARA EVENTOS DE SALUD:

La agencia creativa Harold Zea realizó el diseño para cada artículo de la revista científica volumen 1 y volumen 2, que servirá como material de apoyo para eventos de salud. Esta revista está pensada para ser tipo e-book descargable y para tener de forma impresa, una vez los eventos presenciales se retomen en el país.
Adicionalmente, dicho material se encuentra disponible en la nueva sección de salud localizada en nuestra página web: https://acomerpollo.com/salud-y-bienestar/

Revista Científica Vol1: El Pollo, un mundo de beneficios con evidencia científica.









Revista Científica Vol2: El Pollo, un mundo de beneficios con evidencia científica.















IMPACTO Y CONCLUSIONES

Las conferencias de salud y apoyo de las nutricionistas, pediatras y médicos generales se han realizado durante el año 2021, en su gran mayoría de forma virtual, participando de diferentes eventos con profesionales de la salud, con la Asociación colombiana de Endocrinología, con la Sociedad Colombiana de Pediatría, nutricionistas de todo el país y congresos médicos donde hay presencia de diferentes profesionales de la salud, como médicos y enfermeras quienes reciben la información científica de primera mano y pueden despejar sus dudas y posteriormente promover el consumo de pollo conociendo todas sus bondades.
Adicionalmente, por medio de Mi Manual del Bebé, se están realizando actividades específicas, teniendo un alcance en los grupos objetivos de interés, debido a que es un medio que conecta médicos especialistas, en su mayoría ginecólogos y pediatras de las principales sociedades médicas, con familias embarazadas y con hijos hasta 3 años de edad brindado información segura y oportuna fomentando embarazos saludables y apoyando crianzas felices.
Con el desarrollo de todas las actividades estamos buscando desmitificar falsas creencias acerca de la proteína y educar a éstos consumidores acerca de los beneficios y la importancia que trae incluir la proteína en la dieta diaria, de las embarazadas, en la edad temprana de los bebes y en general para toda la familia.

ESTADO ACTUAL

El pollo y la salud es un complemento científico para la promoción de consumo, el apoyo de las nutricionistas es fundamental para llegar a los profesionales como lo son los médicos en sus diferentes especialidades, con evidencia científica relacionada con los beneficios del consumo de pollo en una nutrición saludable.

INVESTIGACIÓN:

Objetivo:

Por medio de la realización de estudios, evaluaciones e investigaciones, se pretende realizar un seguimiento al comportamiento del sector, de los consumidores, las creatividades y otros factores que vayan surgiendo a medida que avancen las estrategias del programa. Todo esto con el fin de conocer los puntos de mejora, fortalecimiento y beneficios que se derivan de las estrategias del programa en pro de la industria. Así como también tener en control las acciones ejecutadas por nuestros principales competidores al estudiar el impacto que las mismas tienen en los consumidores.

Resultados:

1. MEDICIÓN LOGO SALIENTE DE POLLO COLOMBIANO:



El análisis de posicionamiento y recordación del logo/símbolo de la marca pollo colombiano estuvo compuesto por dos fases:

Fase #1: Estudio Cualitativo (50 personas)

Identificación de factores claves para la construcción de Golden KPI´s

- El término “Pollo Colombiano” tiene una relación directa con el campo, lo natural, menos procesado, con más sabor, con recetas típicas como: sancocho y ajiaco.

- El atributo espontaneo relacionado en mayor medida con el término pollo colombiano es: CALIDAD, siendo esta la principal característica que representa la excelencia y la superioridad del producto.

- La presencia de los colores de la bandera en el sello de Pollo Colombiano, es el elemento de mayor recordación generando sentido de pertenencia en el consumidor, al ser un producto nacional y al crear ese sentimiento de nacionalismo y querer apoyar a Colombia, además de crear un vínculo emocional al recordarles momentos felices en familia.

-Los atributos que se encuentran asociados al logo, son principalmente: 100% Colombiano y los colores de la bandera, haciendo que el pollo se considere de calidad y con un sabor más rico y natural.

-Se debe realizar comunicación orientada a reforzar los atributos: sabor, natural, nutritivo, frescura y proteína preferida.

Fase #2: Estudio Cuantitativo (390 personas)

Estudio Cuantitativo Construcción de Golden KPI’s

- El atributo “Delicioso” es el más mencionado por los participantes y está relacionado con los resultados cualitativos, en donde también obtuvo varias menciones.

- Al igual que en los resultados cualitativos el logo/sello NO es recordado por las personas, obteniendo casi 70% de la muestra.

- Para el 87% de la muestra el hecho de que el Pollo sea colombiano tiene un alto grado de importancia.

- La televisión es el lugar más recordado por los participantes, es decir, el logo tiene alta recordación por medio del comercial.

-Las personas reportan recordar la canción “Pollo Colombiano, Fresco y con sabor” en radio. Este medio está presente en todas las menciones. Hay una oportunidad de mejora del 36% para aquellos participantes que en la primera mención dicen que no recuerdan haberlo visto.

Conclusiones:

- El término pollo se asocia a atributos positivos, tales como: delicioso, pollo asado, pollo frito, calidad, económico y versátil.

-El concepto de Pollo Colombiano se relaciona directamente con el campo, convirtiéndolo en un pollo más saludable, natural y menos procesado.

-En el aspecto emocional, saber que el pollo es colombiano, produce un sentimiento de confianza, seguridad y amor por lo nacional. También las personas asocian este concepto con momentos felices que comparten en familia (esta asociación se da principalmente por los colores de la bandera de Colombia presentes en el logo/sello).

-Los atributos más destacados del Pollo Colombiano son Colombianidad, Calidad y Credibilidad identificando el producto como un pollo que representa la excelencia y la superioridad.

2. ESTUDIO HÁBITOS DE CONSUMO Y USO DE POLLO EN HOGARES 2021

Consumo de proteínas:

- Frente al 2019, se perciben menos económicas la gran mayoría de proteínas, siendo las tradicionales y de mayor consumo las más afectadas. Proteínas vegetales y proteínas de mar tienen una tendencia contraría, manteniendo o aumentando su percepción de economía.
- Cae el consumo mensual de carnes (cerdo, res, frías y maduradas) y lácteos. Pollo, huevo, mantienen su nivel de consumo a pesar de reducir su percepción de costos. Proteínas vegetales mantienen su nivel de consumo o inclusive aumenta en algunos casos.
- Principalmente se está viendo reducido el consumo en las proteínas por la reducción de acceso del NSE 2. Cerdo, res y carnes frías también se impactan en niveles socioeconómicos más elevados.



Momentos de consumo:

- A nivel general se mantiene la participación de las diferentes proteínas en los diferentes momentos de consumo. Se identifican posibles tendencias según los diferentes momentos
- El desayuno: Huevo es el líder, leche, queso y carnes frías reducen ligeramente la participación.
- El almuerzo: Pollo, res y cerdo reducen ligeramente su participación y aumentan ligeramente el huevo, gallina y salmón.
- La cena: Aumenta el huevo mientras carnes frías y res son las más afectadas.
- Proteínas de origen animal y nueces son las principales proteínas entre comidas.
- Se identifica una tendencia en que los lácteos frente al 2019, mientras que huevo, pollo, carnes frías, avena y almendras se mantienen o aumentan su presencia.

Drivers de elección:

- A nivel general se mantienen los drivers de la categoría. Sin embargo, cobran mayor relevancia frente al 2019 beneficios nutricionales específicos como: Aporte de energía, aumento de defensas, aporte al desempeño cerebral y fortalecer los huesos.
- La imagen de pollo es positiva frente a las demás proteínas, destacando por su sabor que gusta a todos, aporte de proteínas, versatilidad para preparar y conseguir

Hábitos uso y consumo de pollo:

- Atributos como su aporte vitamínico, aumento de defensas, aporte al desempeño cerebral y fortalecimiento de huesos (atributos que inician a cobrar relevancia en la categoría) mejoran frente al 2019.
- Por otro lado, se presencia con ligeros cambios su posicionamiento en el atributo “es fácil de conseguir” y “económico”



¿Qué compra y cada cuánto?

- Comprar el pollo por presas continúa como la presentación predilecta. En el estrato 2 se presenta una disminución significativa para el 2021.
- En general, se compra más el pollo por presas, pensando en las preparaciones que van a realizar en la semana y la cantidad de personas en el hogar.
- Algunos compran el pollo entero por economía o para preparaciones donde se requiere de este modo (ej. pollo al horno).
- Los embutidos de pollo y el Molipollo suelen comprarse en NSE más bajos, por economía y practicidad.
- Existe una diferencia significativa en la compra realizada entre 1 y 2 semanas al mes
  Frecuencia semanal y quincenal 2021: 70%
  Frecuencia semanal y quincenal 2019: 55%
- La frecuencia más usual de consumo de pollo se está dando entre 1 y 2 veces a la semana. En promedio, se está consumiendo pollo 1 de cada 2 días al mes.

Módulo importado:

- Aumenta el conocimiento declarado sobre el origen del pollo, siendo las principales características para identificar el pollo importado el ser más costoso, encontrarlo en supermercados y conseguirse congelado.

Oportunidades:

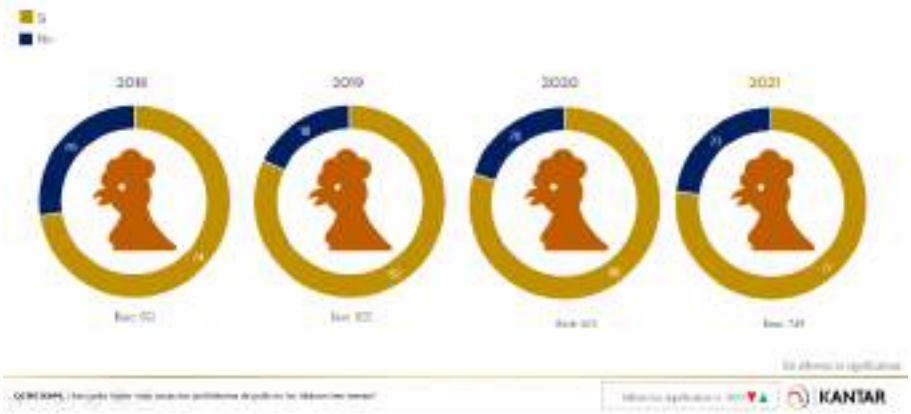
- Potencializar las características positivas en las que el pollo mantiene su buena imagen y hacer énfasis en que estas cualidades se encuentran en todas las presas.
- Trabajar en la versatilidad del pollo, comunicando nuevas formas de preparación que involucren todas las presas (incluso aquellas que son de bajo costo), así como otros momentos de consumo que están empezando a emerger de manera incipiente: ej: meriendas → Aprovechar las diferentes regiones de Colombia para aprender.

3. MEDICIÓN CAMPAÑA DE PROMOCIÓN AL CONSUMO 2021:

Recordación publicitaria espontanea de alimentos:

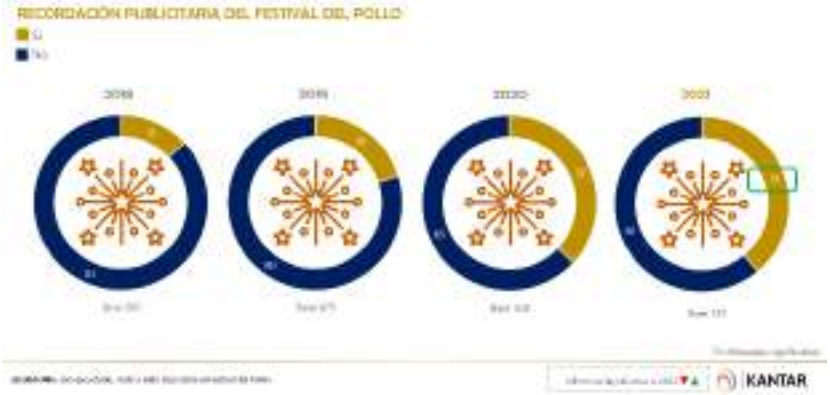
- Para esta medición, la audiencia recuerda haber visto menos anuncios publicitarios de productos cárnicos, lácteos, pollo y gaseosas, mientras que tienen mayor recordación de haber visto publicidad de Panela.
- Pollo pasa de 15 puntos en el 2020 a 11 puntos en el 2021.

Recordación publicitaria de pollo:



Recordación publicitaria del Festival del Pollo Colombiano:

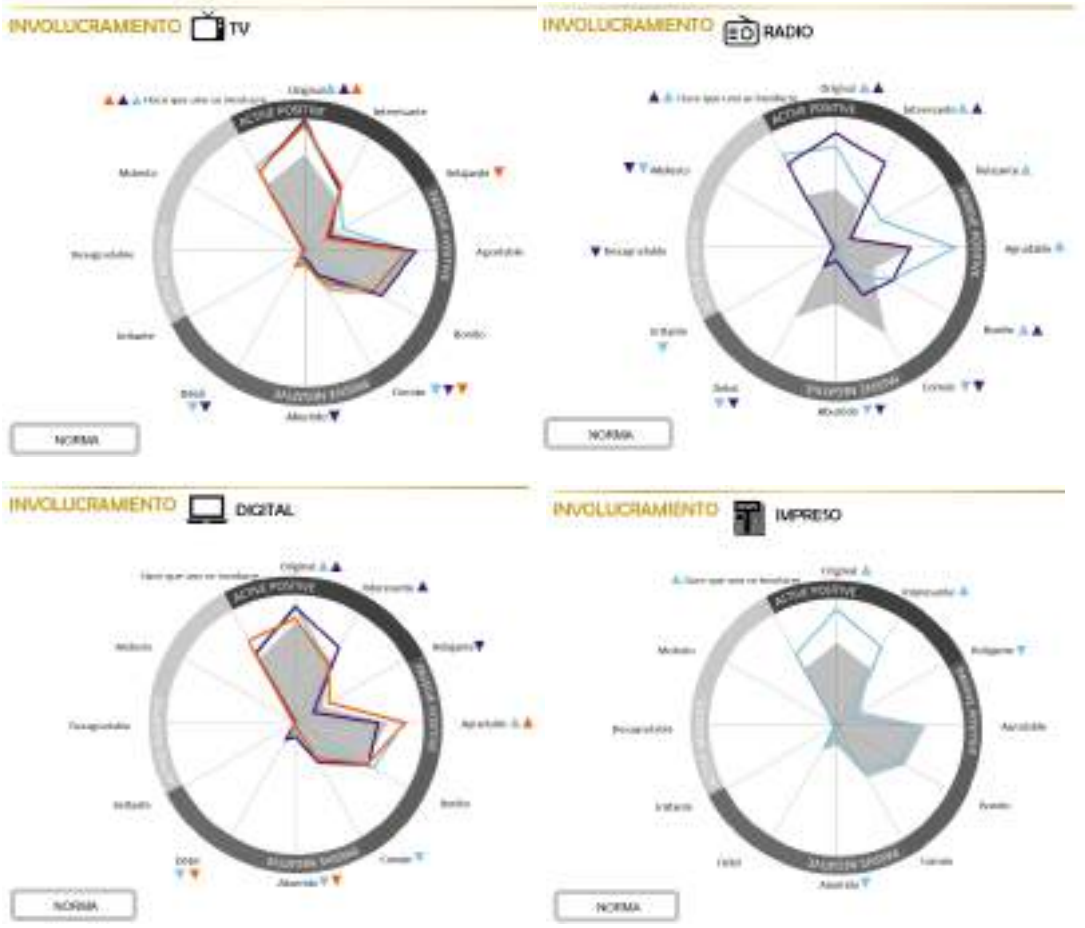
- Por otro lado, en cuanto al Festival del Pollo Colombiano, es un evento que ha venido construyendo mayor visibilidad, y actualmente un 39% de las personas declaran haber escuchado algo acerca del festival.



¿Cuál fue el desempeño de las comunicaciones de FENAVI?

- En las pautas de TV las piezas que mejor entregan el mensaje pretendido son la cortinilla de recetas que entrega contundentemente el mensaje sobre la apetitosidad y lo delicioso del pollo colombiano, y la pieza de FDPC que deja claro la mecánica del concurso. Pollo Popcorn por su parte, es una pieza que presenta más dificultades al comunicar el mensaje de apetitosidad pretendido.
- En cuanto a las piezas de radio, se observa un mejor desempeño a nivel general en comparación con los estándares, siendo el mensaje de apetitosidad el que se transmite con mayor fuerza en Cuña Pollo 100% colombiano, y los premios de la mecánica del concurso master chef en casa para el anuncio FDPC.
- Por su parte en Digital, los anuncios enfocados en recetas son efectivos entregando mensajes orientados a la frescura y sabor de la proteína; mientras que FDPC cumple con entregar un mensaje claro a la audiencia, acerca de la convocatoria del concurso y la mecánica del mismo.
- En cuanto a la pieza impresa del FDPC, el mensaje que mejor se transmitió a la audiencia es aquel en el que se menciona la llegada del concurso, dado el protagonismo que se le dio a este mensaje en la publicación.

A nivel de memorabilidad ¿Qué logramos?



La campaña del 2021 hasta ahora, es la campaña que muestra mayor movilización en torno a la frecuencia del consumo de pollo, en donde un 49% de personas declaran que consumirán con mayor frecuencia esta proteína, y las razones de ese consumo incremental están orientadas principalmente al precio, sabor y versatilidad del producto.



<u>Conclusiones:</u>

- Las piezas cumplen con entregar el mensaje clave de la marca en términos de apetitosidad/sabor del pollo y la mecánica del concurso del FDPC vinculado con Master Chef; sin embargo, los anuncios de TV tienen la oportunidad de entregar con mayor fuerza dichos mensajes.
- A nivel creativo las piezas tienen un excelente desempeño resaltando por sus niveles de originalidad, interés e involucramiento, lo que a su vez permiten que la audiencia disfrute la publicidad y la asocie a la marca, además de incentivar un consumo incremental del pollo.

Recomendaciones:

- En general las piezas tienen un buen desempeño, y la campaña permitió que el consumo de la proteína se incrementara en niveles significativos, por lo cual se sugiere continuar por el camino creativo que la marca ha tomado, resaltando claims relacionados al sabor, versatilidad y asequibilidad del Pollo.
- Considerar la posibilidad de incluir en los comerciales relacionados a recetas un voice over que acompañe los mensajes principales que la marca quiere comunicar.

Mi Amigo El Pollo:

- Mi amigo el pollo se ha mantenido durante los diferentes periodos como una figura que da un toque de humor, informalidad y confianza a las pautas de una categoría que tiende a ser monótona. Lo importante será que esa disrupción del personaje no vaya al extremo, causando rechazo o incomodidad en la audiencia.

4. CONSUMO DE LOS HOGARES COLOMBIANOS EN EL PRIMER SEMESTRE 2021

¿Cómo se afectó la manera de comprar de los colombianos?
En esta primera mitad del año vemos que la canasta FMCG mantuvo un gasto estable vs el 2020 con hogares que están comprando menos pero pagado más.

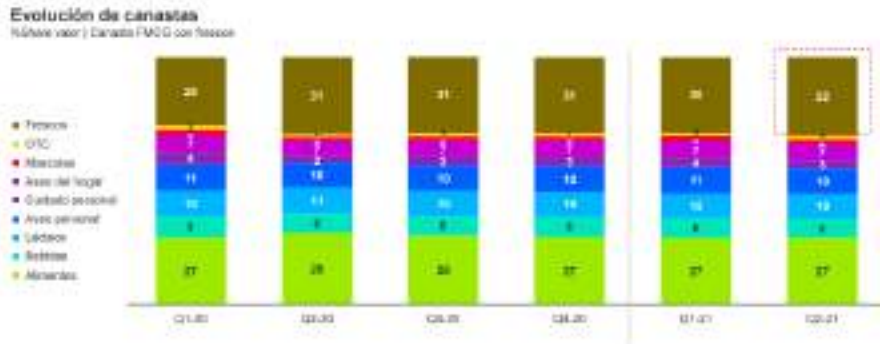


Precisamente los hogares de la base de la pirámide son aquellos que manifiestan no tener suficientes ingresos para cubrir sus gastos, con mayor fuerza en Atlántico y Pacífico.

- NSE Alto: 52
- NSE Medio: 89
- NSE Medio Bajo: 70
- NSE Bajo: 123

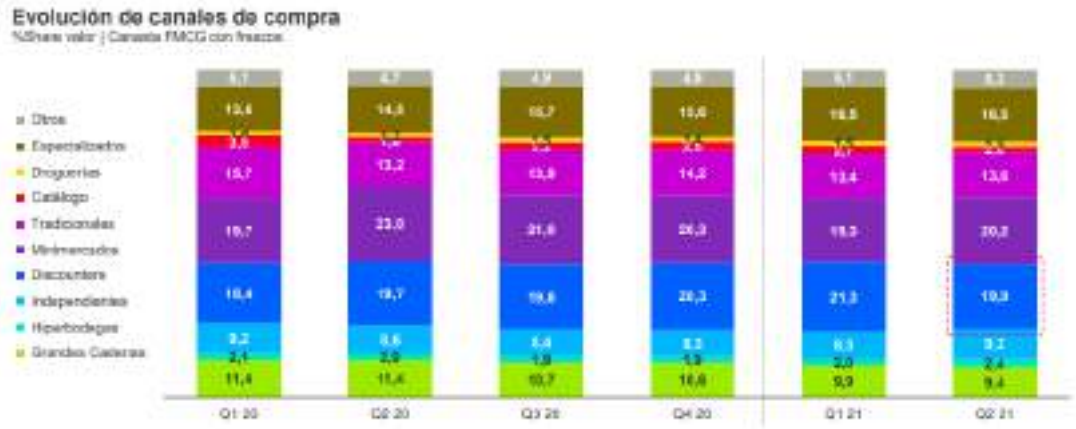
- Cundinamarca: 67
- Antioquia: 70
- Atlántico: 152
- Pacífico: 113

El Covid golpeó de manera diferente a cada canasta, donde el aumento de las rutinas de cocina y el consumo de frutas y verduras, se ve reflejado en el gasto que hacen los hogares en la canasta de frescos, y en la estabilidad de alimentos empacados.



Canales de compra:

El discount muestra en el corto plazo contracción de su participación por primera vez en los últimos años, no solo por el impacto del paro sino por la situación de Justo&Bueno.



En Resumen:

Una reacción al paro contraria a la esperada:

- Los hogares aumentaron el gasto en la canasta FMCG durante los meses de mayor tensión social en respuesta a la incertidumbre, el shopper se abasteció en canales de cercanía.

No todas las canastas han reaccionado igual al contexto:

- OTC y frescos siguen sacando provecho de la pandemia, con hogares que en momentos de altos contagios aumentan la compra de vitaminas y medicamentos a la vez que se acentúan más los hábitos de cocinar en casa y comer saludable.

Un contexto social que golpea diferente a cada canal:

- Grandes cadenas no logró mantener el empujón que tuvo con las compras de pánico de marzo 2020 mientras que minimercados e independientes lograron sacar beneficio de la situación de los últimos meses.

Tres puntos clave para lo que queda del 2021

Hogares cada vez más cautelosos:

- Cómo respuesta a la incertidumbre que se vive por factores sociales, programas de vacunación, malestar social y picos de contagios los hogares cada vez serán más cautelosos con sus gastos.

Rutinas in home todavía como protagonistas:

- Las rutinas In home pareciera que van a seguir prevaleciendo, al menos en el corto plazo, con hogares que se muestran temerosos a volver a las calles y los sitios públicos.

La salud seguirá siendo una prioridad:

El desarrollo de la canasta OTC, con productos como vitamina c y analgésicos y la búsqueda de productos cada vez más naturales y saludables nos dejan ver la importancia que ha tomado el cuidado de la salud.

MERCADOS INTERNACIONALES

OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS

- Buscar y conocer mercados internacionales con el fin de identificar oportunidades de innovación.
- Trabajar de manera conjunta con las autoridades competentes en la búsqueda de oportunidades de exportar pollo colombiano.
- Apoyar a las empresas en la gestión de admisibilidad en los mercados identificados como potenciales.
- Divulgar de manera eficiente la información de los resultados de las investigaciones, visitas y misiones a través de medios especializados dirigidos a la industria avícola tal como la revista, la página y las reuniones que se hacen en las distintas regiones del país con el fin de llevar la información directamente a los interesados.
- Fortalecer la implementación de acciones para un proceso de mejoramiento de la sanidad e inocuidad de los productos aviares, y la generación de garantías de exportación para la industria avícola colombiana.
- Asesoramiento en las diferentes instancias y mesas de trabajo en las temáticas de exportación, trazabilidad en plantas de beneficio, residuos, entre otras.
- Ejecución de talleres de capacitación sobre el proceso relacionado a lo sanitario-inocuidad que los mercados (internacionales- nacionales) exigen a la producción de las líneas de carne y de huevo de mesa. Los temas en los talleres de capacitación son enfocados en: Aspectos generales para la exportación; Como enfrentar mercados; Requisitos específicos comerciales y sanitarios para la exportación.

ACTIVIDADES:

Fecha	Actividad	Contenidos asesoría	Horas Asesoría
6 Abril	Asesoría en metodología estrategia exportadora	Elaboración propuesta metodológica para priorizar mercados como industria avícola exportadora, preparación de presentación, desarrollo de reunión explicativa y de análisis (participaron equipo Fenavi, y asesores empresa Pensiero)	2
27 Abril	Retroalimentación al trabajo de priorización	Análisis del trabajo de priorización de mercados realizado por asesores Fenavi, y desarrollo de reuniones telefónicas para identificar ajustes técnicos necesarios	1
26 Mayo	Reunión planificación	Análisis y discusión de temas técnicos claves para la gestión de las garantías sectoriales para la exportación, y elaboración de plan der asesorías específicas para el equipo Fenavi	1
27 Mayo	Investigación y reporte	Preparación tema Patógenos como garantía exportación. Investigación de subtemas solicitados por Fenavi, Elaboración de presentación y de reporte técnico del tema	1
28 Mayo	Investigación y reporte	Preparación Tema trazabilidad como garantía exportación, Investigación de subtemas solicitados por Fenavi, Elaboración de presentación y de reporte técnico del tema	1
2 Junio	Taller capacitación Patógenos	Análisis y discusión de tema técnico Patógenos en la gestión de las garantías sectoriales para la exportación	1

8 Junio– 16 Junio	Taller capacitación Trazabilidad	8/6: Análisis y discusión de tema técnico Trazabilidad en la gestión de las garantías sectoriales para la exportación 16/6: Análisis preliminar propuesta de norma	1
23 Junio	Reunión revisión y definición temas	Análisis de situación actual de temas relacionados a garantías sanitarias y de inocuidad de exportación, para ser establecidos como temas de asesoría a programa Pollo y programa Técnico de Fenavi	1
3 Junio– 25 Junio	Reunión ajustes a priorización de mercados	3/6: Revisión análisis preliminar realizado por asesores (participaron equipo Fenavi, y asesores empresa Pensiero) 25/6: Taller de priorización de mercados 1	1

-	Total horas Marzo	-	3
-	Total horas Abril	-	3
-	Total horas Junio	-	3
-	**TOTAL**	-	**9**

RESUMEN ACTIVIDADES:

1. **Aproximación para las exigencias zoosanitarias y de inocuidad de los mercados de JAPÓN y EEUU para las importaciones de productos cárnicos aviares desde empresas avícolas de Colombia:**

<u>El mercado de Japón:</u>

- JAPON es un país importador neto de carne aviar. Este país importa 572.000 toneladas al año (cifra 2019) lo que representa un 5% de las carnes aviares que se comercializan en todo el mundo, y exporto solo alrededor de 9.000 toneladas al año. Del total de carne de ave importada, 547.000 toneladas corresponden a pollo trozado congelado.
- El total de carnes aviares (del código 0207) el 98% de las importaciones son exportadas por 4 países: Brasil con un 66%, Tailandia con un 28, Estados Unidos con 2,5% y Hungría con 1,8%. Al analizar específicamente las importaciones de carne de pollo congelada trozada (código 020714) Brasil aumenta su participación entregando las siguientes proporciones en volumen: Brasil (69%), Tailandia (28%), y EEUU (2,3%).
- La autorización zoosanitaria para exportar a Japón es entregó después de visitas de oficiales de MAFF Japón en 2015. Esta apertura oficial del mercado esta publicada en página web MAFF: Lista de países elegibles para la importación (libres de IAAP y de IABP)– Pollos y carne de pollo (actualizada al 17 de Marzo de 2021): https://www.maff.go.jp/aqs/english/news/third-free.html
- Está oficialmente publicada en página web MAFF – MHLW, las 4 plantas que están habilitadas: (https://www.maff.go.jp/aqs/tetuzuki/facility/attach/pdf/kakin-17.pdf): Pollos el bucanero (villa gorgona); El Dorado (Boyacá); Campollo – Caribe (Bolívar); Mac Pollo (Tuluá).
- Requisitos de zoosanidad e Inocuidad en faena de aves y elaboración de carnes:

- **1**	- **2**	- **3**
- -País libre de IAAP sin vacunación - -País libre de cólera aviar (enfermedad	- Japón realiza una visita al país exportador y contrasta si el sistema de inspección oficial de faena	- Japón verifica que las plantas visitadas como muestra para habilitarlas para la

prácticamente inexistente en el mundo) - -Focos de enfermedad de New Castle identificables para determinar zona de 50Km - alrededor del foco como zona excluida de exportación	cumple con el "Poultry inspection Act 70-1990 de Japón".	- exportación cumplen los estándares de infraestructura y procesos de la "Abattoir law - 114-1953 (actualizada 2007) de Japón".

El Mercado de Estados Unidos de Norte América:

- EEUU es un país exportador neto de carne de ave, ya que sólo importa cerca de 68.000 toneladas al año (cifra 2020) de carnes aviares de todo tipo, lo que representa un 0,8% de las carnes aviares que se comercializan en todo el mundo. Este es una cantidad mínima si se compara con su capacidad productiva (cerca de 21 millones de toneladas) y el volumen de su oferta exportable que alcanza los 3,8 millones de toneladas de todas las carnes aviares, y de ellas, 2,8 millones de toneladas son carne de pollo congelada trozada (Código 020714), enviadas a cerca de 85 países diferentes (envíos sobre 1.000 toneladas anuales), y de los cuales 30 reciben sobre 20.000 toneladas al año.
- El total de carnes aviares (del código 0207) EEUU solo tiene habilitados 6 mercados; pero en la práctica sólo realiza importaciones de 3 de ellos, y de los cuales dos representan el 98% de sus importaciones: Chile con el 54% y Canadá con el 44%.
- EEUU es un mercado especial que requiere un fuerte trabajo de Cancillería para lograr prioridad política al interior del gobierno Norte Americano para asegurar una negociación zoosanitaria con plazos acotados, sino el avance de los resultados puede dilatarse en forma desmesurada.
- El mercado de EEUU hoy no entrega acceso al producto de carnes aviares de Colombia porque no se ha realizado el proceso completo de apertura sanitaria respecto a sus requisitos SPS. Existe un TLC firmado hace una década entre ambos países, pero el TLC sólo incluyó consideraciones arancelarias para el producto y no incluyó acuerdos de equivalencia y reconocimientos zoosanitarios, ni obligatoriedad de plazos para negociar exitosamente esos acuerdos.
- En la actualidad el proceso de apertura está recién en su paso 1, y dicho proceso contempla diferentes etapas y acciones que realizar.

Etapa – Paso (referencial)
Etapa 1: Colombia establece estatus zoosanitario aviar para presentar a evaluación de EEUU
1. Requerimiento Oficial a APHIS (comienzo del proceso respecto a status de salud aviar)
2. APHIS envía cuestionario (estatus país, normas, programas ICA)
3. Se responde el cuestionario (ICA)
4. Análisis de respuestas y feedbacks (APHIS)
5. Visita, evaluación, decisión (APHIS)
6. Proceso de Rule making (APHIS)
Etapa 2: Colombia establece estándares de inocuidad para ser presentado a EEUU
7. FSIS cuestionario de equivalencias (on line; sobre temas de Inspección veterinaria oficial y programas relacionados a inocuidad)
8. Colombia responde cuestionario (INVIMA)
9. Colombia planifica un programa de visita
10. Visita de auditoria FSIS (Sistema de inspección oficial, sistemas de calidad e inocuidad de plantas faenadoras)
11. Análisis de la visita, reporte y feedback (FSIS)
12. Proceso de Rule making (FSIS)

- Análisis de las áreas para un proceso de apertura del mercado de Estados Unidos, para carne de aves:

Área a ser evaluada	Nivel actual
Estándar de sanidad aviar a presentar	
- País libre IA, New Castle	No libre NC
- Sistema de información sólido y auditable de Sanidad aviar	En construcción
- Programas de vigilancia de robustez adecuada y auditables	Débil
- Capacidad laboratorial adecuada	???
- Planes de contingencia adecuados y auditables	???
- Programa nacional de Bienestar animal Avícola	No existe
Estándar de inocuidad en carnes a presentar	
- Inspección MV oficial acorde a regulación de EEUU	No
- SAC en plantas funcionando en forma óptima	???
- Infraestructura de plantas adecuada para exportación	Si
- Infraestructuras y procesos cumplen estándares CFR 381	No
- Programa de control de residuos óptimo	Incompleto
- Programa de control de contaminantes en granja	???
- Programa de monitoreo contaminantes en planta	???

Acciones necesarias a implementar serían:
- Plan de erradicación de New Castle (a fecha de junio, ya nos encontramos con certificado de país libre de New Castle).
- Plan de mejoramiento de Sistemas y programas de salud aviar
- Plan de construcción de normativa y programas de bienestar animal (aves)
- Plan de adecuación de inspección veterinaria oficial segur estándar EEUU
- Plan mejoramiento de plantas faenadoras para lograr estándar EEUU
- Completar programa nacional de residuos
-Plan de Cancillería para obtener prioridad política de EEUU para la negociación sanitaria.

- En base a los antecedentes se puede afirmar que queda un largo proceso de varios años para lograr eventual acceso al mercado de EEUU para las carnes de aves de

Colombia, por lo que no resulta valioso describir en esta etapa las acciones que deberán tener en cuenta las instituciones y empresas cuando se encuentren ya con flujos de exportación en régimen hacia EEUU. Sin embargo, se pueden adelantar las acciones generales que deberán ser priorizadas en ese momento:

a) Notificar y zonificar negativamente (excluir) áreas que cambien de status zoosanitario para las enfermedades aviares base.
b) Cumplimiento estándares EEUU (directivas) para faenamiento e inspección oficial respecto a estándar de EEUU (CFR 381).
c) Control y gestión eficaz de los programas de control de patógenos, en especial de salmonella y campylobacter durante el proceso de faena y procesamiento de la carne aviar.
d) Someterse a inspección en puerto de entrada y destino.

- Proceso inspección en puerto de ingreso de producto importado
  - Todos los embarques se presentan a FSIS para inspección
  - FSIS revisa documentalmente: Elegibilidad país, Certificado zoosanitario
  - FSIS revisa físicamente: etiqueta, daño de transporte (control de frio)
  - Aleatoriamente toma Muestras para patógenos de un porcentaje de embarques (no se tiene el dato exacto, pero sería entre 1% y 5% de los embarques).
  - Lo mismo hace para residuos (pero en este caso los % de muestras son siempre menores).

2. Antecedentes técnicos respecto al Control de PATÓGENOS como garantía para exportaciones de carnes aviares de Colombia.

Un producto aviar puede contener patógenos (bacterias, virus, u otros microrganismos con potencial de causar enfermedad) de dos tipos: aquellos que potencialmente podrían enfermar a un ave, y aquellos que potencialmente podrían enfermar a un humano. Las exigencias que hacen los países respecto a estos patógenos potenciales son diferente respecto a dónde y cómo se deben monitorear, controlar, y garantizar.

<u>Recomendaciones sobre aspectos que se deben revisar con profundidad para identificar potenciales mejoramientos</u>

Si bien la mayoría de los mercados tienen requisitos básicos similares respecto a la garantía que debe dar el país exportador de carne de ave sobre los microorganismos patógenos, estos mercados tienen diferencias en exigencias. Por esa razón, una vez definido los mercados target prioritarios para exportación, se recomienda estudiar las exigencias específicas de ellos respecto al tema PATOGENOS, y analizar la norma y los programas existentes de control en Colombia.

Se debe analizar la eficacia de los programas en generar las garantías, pero también la eficiencia de ellos, ya que programas muy costosos restan competitividad a las empresas nacionales exportadoras frente a otros países que compiten por el mismo mercado.

En base al análisis general de la norma y los programas actuales de control de patógenos en carnes de Colombia, se puede afirmar que el país tiene bastante avanzado, y se requieren mayores análisis y mejoramientos en eficacia y eficiencia. Lo anterior se sustenta en algunas observaciones:

- Existe una norma que ya contiene y hace exigible el control de los patógenos básicos más solicitados como garantías por los mercados importadores (E.Coli, Salmonella sp)
- Existe un programa público ya operando, por lo que se cuenta con presupuesto, lo cual es una ventaja. Lo anterior se afirma ya que, aunque se requiriese algún rediseño del Programa, los presupuestos públicos ya existen y siempre tienen cierta flexibilidad, si el objetivo presupuestario se mantiene.
- Existen definiciones de monitoreo generalizado que no tienen una definición para su control en caso de hallazgos, y además definiciones de agentes microbianos a monitorear que no son requisito generalizado en el mundo para exportaciones (Ej. E.Coli STEC) , por lo que se convierten en programas caros que no tienen sentido de implementar como programas permanentes, sino como programas eventuales de monitoreo/control para mercados específicos. Estos diseños actuales del programa representarían un alto e innecesario costo para la industria y para el sector público, por lo que se puede revisar y rediseñar.

Procedimientos que se sugieren revisar una vez definido los mercados target prioritarios:

- Revisar procedimientos de muestreo v/s requisitos de muestreo de cada mercado
- Revisar procedimiento de interpretación de resultados v/s requisito de cada mercado
- Revisar o hacer procedimiento de acción correctiva ante caída en fallo
- Revisar integración de resultados en granja con planta (lote de exportación) para productos de exportación asegurando el uso de la información d patógenos de granja por parte de los inspectores INVIMA en planta (especial importancia para requisito de salmonellas para UE)

3. Antecedentes técnicos respecto a requisitos de TRAZABILIDAD como garantía para exportaciones de carnes aviares de Colombia.

Existen numerosas definiciones de TRAZABILIDAD o rastreabilidad de un producto, y todas ellas tienen validez desde el punto de vista conceptual ya que se refieren a la capacidad de rastrear el proceso de un producto hasta su origen.

Definición OIE:

Programas y sus sistemas de información deben asegurar tanto la identificación animal, como la trazabilidad de sus movimientos de forma tal que permita una operación de rastreo a lo largo de la producción animal y de la cadena alimentaria.

Adicionalmente, se le reconoce a la información de los sistemas, el ser elemento clave en las garantías de sanidad e inocuidad para el comercio entre países.

Experiencia Práctica: También se le reconoce a los sistemas de trazabilidad, el ser eje para asociar variados otros sistemas de interés público o privado que se relaciones con animales. Si bien un mercado puede no exigir explícitamente tener un sistema de trazabilidad animal vinculado a la sanidad e inocuidad de esos animales, en la práctica si lo piden en forma indirecta, ya que es la forma en que los países importadores verifican el cumplimiento de exigencias sanitarias (ej. Verifican que la sanidad en predios de los animales que les exportaran, o la producción inocua de ellos, corresponda exactamente a los animales que serán la subpoblación que se destinará a esos mercados). Por esta razón, si no se cuenta con un programa de trazabilidad robusto, los mercados no aceptaran los programas de sanidad e

inocuidad animal como válidos y no darán acceso a exportaciones, o pueden cerrar el acceso durante las auditorias que realizan.

Ley 1659 Trazabilidad general

- Crea un SNIITAnimal, sólo para Trazabilidad Animal en todas las especies (la trazabilidad comercial solo queda obligada a "articularse" a SNIITA)
- Sus definiciones son básicamente conceptuales, y no las decanta en procedimientos bajo el formato de un Programa.
- Delega la operación en ICA, pero tampoco existe en ICA un "Programa de Trazabilidad", sino básicamente softwares que administran y diversas resoluciones que reglamentan exigencias para el caso Bovino exclusivamente.
- Establece que la conducción del SNIITA lo realiza Minagri + Comisión Nacional Numerosa Consultiva. Sin embargo, se le asignan funciones decisoras más que consultivas:
- Aprobar sistemas de identificación
- Aprobar reglamentos

Reglamento del MINSALUD en sus competencias (Proyecto en consulta pública)

a) **Descripción general**

- Reglamento que declara su alcance DESDE la planta de beneficio para adelante (Canales y carne), hasta etapa de retail, y solo referido a Trazabilidad.
- Establece obligación a establecimientos de tener algún sistema de trazabilidad de canales y carnes con 1 paso atrás y 1 adelante (excepto retail), lo cual es muy buen enfoque porque coincide con las exigencias de la mayoría de los mercados importadores como obligación a acreditar (no obstante para efectos de garantías de salud animal, debe demostrarse su vínculo con la trazabilidad animal y estatus sanitario de origen)

b) Análisis de esta propuesta de reglamento

- Art 5.1 "El establecimiento debe identificar animales que recibe": Muy acertado imponer esta obligación, ya que asegura la identificación de origen, pero hay que aprovechar el impulso para acelerar la adopción en todas las plantas faenadoras del Nuevo Sistema Aviar en construcción, quienes a su vez, le exijan su uso a sus proveedores. (Que en aves debiese ser la identificación de Granja-lote despacho)

- Art 5.4.2 "Programa de Recall" Un programa de Recall es exigencia fundamental de un Sistema de Aseguramiento de Calidad como autocontrol (ej HACCP, o ISO), no de un Sistema de trazabilidad (Este artículo no muestra mucho sentido en lo conceptual, pero además en lo práctico puede representar a futuro una doble exigencia por estar en 2 normas distintas (exigencia de tener Haccp en plantas según Decreto 1500, y nueva norma de Trazabilidad), doble fiscalización, estándar incierto a exigir)
- Art 5.5.: responsabilidad de integrar información de 1 eslabón adelante y 1 atrás: Perfecto!
- Art 7.1. La coordinación de la información del SNIITA producción – Faena queda en manos de coordinación ICA - INVIMA

- Considerando la realidad de Colombia de tener 2 instituciones diferentes (ICA e INVIMA) que certifican partes distintas del proceso, y que no están integradas (y con una coordinación regular aún en construcción), esta reglamentación se observa débil. Sería ideal y oportuno que sólo para efectos de exportación, el reglamento obligara la integración de sistemas de información a las 2 instituciones para garantizar el vínculo entre identificación del origen e identificación animal en predio, y lote de producción/exportación. De esta forma se robustece y hace más presentable ante otros mercados el hecho de que INVIMA tome oficialmente el ROL de verificador y certificador de las garantías en planta y en predio.
- Para lograr esto en forma práctica, INVIMA reconocerá y USARÁ SSAviar como fuente de información de entrada (no obstante SSAviar NO es un sistema de Trazabilidad, sino de Sanidad Aviar con componentes obvios de la trazabilidad)

Otras normativas relacionadas al tema:

- Circ 02/2019: Acepta GUIAS Sanitarias (Nov –Porc) para movimiento granja - Planta
- Res 2019/055962 Invima: Crea GUIA PRIVADA de movimiento carne post planta

Recomendaciones sobre aspectos que se deben revisar con profundidad para identificar potenciales mejoramientos

Las instituciones publicas de Colombia están realizando ajustes a sus sistemas de información animal, y generando otros aun inexistentes, los cuales deberían generar un panorama futuro similar al esquema siguiente, donde se despliegan los sistemas que existirían y los alcances que cubrirían en cada subproceso de la trazabilidad (identificación, movimientos, etc):



Según este Plan, para la especie aves, los elementos de trazabilidad que piden los mercados se abordarían adecuadamente con la base de datos de predios aviares y predios aviares bioseguros hoy presentes en SIGMA, y en el futuro probablemente en SINIGAN, más los registros de sanidad aviar y de movimientos hacia plantas faenadoras que estarán presentes en en SSAviar que se encuentra en desarrollo.

JULIO-AGOSTO-SEPTIEMBRE

En el marco del contrato de asesoría 035 -2021 entre FENAVI y el consultor que suscribe este reporte, a continuación se describen las actividades específicas realizadas y el tiempo de consultoría dedicado para los meses de JULIO, AGOSTO Y SEPTIEMBRE 2021

Fecha	Actividad	Contenidos asesoría	Horas Asesoría
9 Julio	Apoyo en discusiones sectoriales sobre trazabilidad animal	Asesoría en análisis y recomendaciones de posición técnica del sector avícola frente a propuestas regulatorias sobre trazabilidad animal - Análisis de normativas nacionales relativas al tema - Comparación con experiencia en regulaciones en otros países - Análisis de modificación propuesta a las normas por Min Agricultura, e identificación de aspectos de interés potencial para Fenavi. Se compartió estas conclusiones con Staff de Fenavi. - Se acompaño a la MV Diana Nieto a las reunión con Min de Agricultura y se apoyo la presentación de los puntos de vista Fernavi	1
27 Julio	Asesoría en metodología estrategia exportadora	- Revisión del análisis preliminar realizado por asesores (participaron equipo Fenavi, y asesores empresa Pensieros) y observaciones metodológicas. - Se efectuó un apoyo adicional en metodología para priorizar mercados como industria avicola exportadora. Se entregó información complementaria sobre comercio exterior para mejorar los análisis de priorización	2

[1] Médico Veterinario, MSc (gestión agrocomercial), Dipl (Comercio internacional). Ex Jefe del Servicio Veterinario de Chile, ex Agregado comercial en Japón, Consultor internacional para Banco mundial, BID, IICA, FAO, JICA, OIRSA

20 Agosto	Asesoría en metodología estrategia exportadora	- Revisión final y validación del análisis de priorización de mercados. Se plantearon ajustes metodológicos para generar una versión final. - Se entregó información complementaria sobre comercio exterior para mejorar los análisis de priorización y recomendaciones de pasos finales a seguir para concretar la priorización.	1
17 Septiembre	Asesoría en metodología estrategia exportadora	- Preparación y ejecución de un taller de capacitación para especialistas de FENAVI en materia relativa a PROGRAMA DE CONTROL DE RESIDUOS y su relación con la formación de un perfil exportador de la industria aviar de Colombia. - Elaboración de un informe técnico sobre el tema presentado, el cual se adjunta a este Reporte de Actividades	2
		Subtotal horas Julio	3
		Subtotal horas Agosto	1
		Subtotal horas Septiembre:	2
		Total horas asesoría del periodo:	**6**

NOVIEMBRE-DICIEMBRE

En el marco del contrato de asesoría 035 -2021 y su Otrosi complementario, entre FENAVI y el consultor que suscribe este reporte, a continuación se describen las actividades específicas realizadas y el tiempo de consultoría dedicado para los meses de **NOVIEMBRE y DICIEMBRE 2021**

Fecha	**Actividad**	**Contenidos asesoría**	**Horas Asesoría**
4/11	Apoyo en reunión gremial de análisis y priorización de mercados para la exportación sectorial	Asesoría en antecedentes técnicos sobre diferentes mercados, y recomendaciones para priorizar la apertura sanitaria de ellos.	1
17/11	Apoyo en reunión gremial de análisis del mercado de Japón para la exportación	Asesoría en antecedentes técnicos complementarios sobre el mercado, y recomendaciones para la exportación	1
9/12	Apoyo en reunión gremial de decisión sobre los mercados prioritarios para la exportación sectorial	Asesoría en antecedentes técnicos sobre mercados, y recomendaciones para decidir prioridades de apertura sanitaria.	1
		Total horas asesoría del periodo:	**3**

NOMBRE DEL PROYECTO: INOCUIDAD

VIGENCIA: ENERO – DICIEMBRE 2021.

OBJETIVOS:

- Dar apoyo técnico a las plantas de beneficio de aves en el país, haciendo énfasis en las plantas especiales que se encuentran inscritas ante el INVIMA, así como las plantas de desprese, acondicionadores y derivados cárnicos, con el fin de mejorar sus estándares de ejecución sanitaria, además desarrollar espacios que permitan establecer una interlocución entre la industria y las autoridades.
- Proporcionar asesoría técnica y herramientas necesarias para la adopción por parte de los empresarios del sector, con el propósito de mejorar las condiciones sanitarias de los establecimientos en los cuales se hace distribución y comercialización del pollo, sus presas y productos cárnicos comestibles de aves.
- Brindar capacitaciones a los productores de pollo, operarios, personal técnico, consumidor final y grupos objetivo de interés para dar a conocer la legislación sanitaria, estándares de ejecución sanitaria y elaboración de programas soportes del sistema de inocuidad, correcta manipulación y propiedades nutricionales, entre otros.
- Participar de reuniones de trabajo con entidades con el fin de unificar criterios con respecto a la normatividad en procesos de actualización e implementación.

ACTIVIDADES

- Visitas y asesoría técnica a plantas de beneficio, de desprese, acondicionadores, plantas de derivados cárnicos, expendios y bodegas de almacenamiento en todo el país, donde la avicultura esté presente con el fin de acompañar a los empresarios en la búsqueda del cumplimiento de la nueva normatividad y regulación por parte de las autoridades competentes y en el cumplimiento del nuevo reglamento de aves, que se creó con el Sistema de Inspección, Vigilancia y Control de la Carne.

- Capacitación y charlas a los entes gubernamentales en temas de legislación, manipulación y en temas relacionados con la industria avícola, con el fin de informar de manera concreta y precisa la importancia de este sector en la economía nacional.

- Participación de las reuniones organizadas por el gobierno nacional en temas relacionados con la reglamentación de carnes que impactan al sector avícola, específicamente a los productores de pollo.

- Implementar y apoyar las jornadas de formación de los avicultores, operarios y técnicos de plantas de beneficio y los expendios a nivel nacional, con el fin de garantizar un mejor producto para la población colombiana y apoyar las iniciativas de la lucha contra la informalidad.

Acompañamiento permanente a las plantas, expendios, transporte y bodegas de almacenamiento de carne de aves en el proceso de mejoramiento de estándares y cumplimiento de normas sanitarias

RESULTADOS:

1. **<u>Asistencia técnica a plantas de beneficio de aves y de desprese</u>**

Departamento	No. Visitas	% Cumplimiento 2021 (ENE - JUN)
ANTIOQUIA	6	82%
ATLÁNTICO	9	70%
BOLÍVAR	9	79%
BOYACA	1	70%
CALDAS	2	73%
CASANARE	2	46%
CAUCA	2	80%
CÓRDOBA	2	80%
CUNDINAMARCA	46	69%
HUILA	16	77%
MAGDALENA	6	55%
META	10	71%
NARIÑO	19	58%
NTE SANTANDER	12	79%
QUINDÍO	13	65%
RISARALDA	1	81%
SANTANDER	20	75%
SUCRE	3	69%
TOLIMA	10	55%
VALLE	11	65%
TOTAL	200	70%

Durante el año 2021, debido a la continuidad de pandemia presentada a nivel mundial; algunas actividades reportadas se realizaron virtualmente y la mayoría se realizaron de manera presencial. Se realizaron durante el año 200 visitas a plantas de beneficio de aves, 17 visitas a las plantas de desprese, y 3 visitas a las acondicionadoras por parte de las profesionales del programa pollo, obteniendo un promedio de cumplimiento de los estándares sanitarios del 70%; es decir, que se han mantenido las condiciones sanitarias implementadas hasta el momento. Durante este periodo se han realizado visitas de auditoría a la implementación del decreto 1500 de 2007 y sus disposiciones reglamentarias, principalmente el reglamento técnico para la especie aviar. Toda la asesoría técnica ha estado enfocada en aves, 17 todo lo relacionado con el tema normativo que les permita obtener la Autorización Sanitaria por parte del Invima.

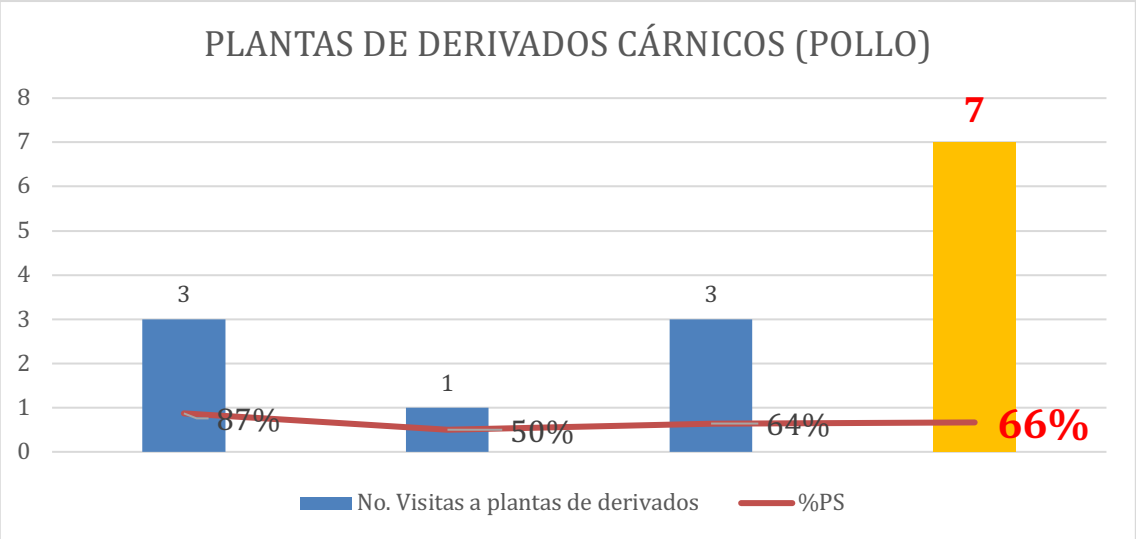
2. **Asistencia técnica a plantas de derivados cárnicos**

Departamento	No. Visitas	% Cumplimiento 2021 (ENE - DIC)

ATLANTICO	**1**	**50%**
CUNDINAMARCA	**2**	**77%**
SANTANDER	**3**	**87%**
NTE DE SANTANDER	**1**	**50%**
TOTAL	**7**	**66%**

En este año 2021 se inician las visitas de asesoría técnica a las plantas de derivados cárnicos, ya que los productores han solicitado este apoyo y además se ha identificado que este tipo de plantas son muy importantes como valor agregado del pollo. En total se han realizado 7 visitas, donde se ha levantado el perfil sanitario basado en la normatividad aplicable y una visita de auditoria HACCP en el departamento de Santander; encontrando que las empresas han avanzado significativamente en el cumplimiento normativo.

El total de visitas a plantas de derivados cárnicos se relaciona a continuación:



De manera general se realizaron 243 asesorías técnicas a los diferentes establecimientos en los que se procesa el pollo, logrando así dar un mayor alcance, lo que permite mejorar las condiciones sanitarias de toda la cadena de procesamiento avícola.

Visitas Plantas de beneficio	Visitas Plantas de desprese	Visitas Plantas acondicionadoras	Visitas Plantas de derivados	No. Asesorías técnicas virtual a Plantas	Total asesoría técnica a plantas
200	17	3	7	16	**243**

Cumplimiento Sanitario	**69%**	**67%**	**63%**	**66%**		

3. **Asistencia técnica a expendios y distribuidoras de pollo.**

Departamento	No. Visitas expendios	% Cumplimiento	No. Visitas a distribuidoras	% Cumplimiento
ANTIOQUÍA	2	87%	1	73%
BOYACA	2	62%		
CALDAS	2	81%		
CAQUETA	2	87%		
CAUCA	0			
CESAR	0			
CORODOBA				
CUNDINAMARCA	21	65%	4	78%
HUILA	4	72%	1	95%
MAGDALENA	3	62%		
META	2	46%	1	70%
NARIÑO	4	86%	1	81%
NTE SANTANDER	9	65%		
QUINDIO	1	84%	1	70%
RISARALDA	7	79%	1	72%
SANTANDER	5	61%		
TOLIMA	1	88%	1	95%
VALLE	14	48%		
TOTAL	**79**	**71%**	**11**	**79%**

Durante el año 2021, la asistencia técnica se llevó a cabo en alternancia, la mayoría de actividades presenciales y algunas virtuales, esto dependiendo de las disposiciones de cada empresa. El total de visitas realizadas a los expendios de manera presencial fue de 79 con un porcentaje de cumplimiento del 71% y se realizaron 11 visitas a distribuidoras con un promedio de cumplimiento sanitario de 79%, estas visitas principalmente se realizaron a bancos de alimentos.

4. **Actividades virtuales, desarrolladas de manera no presencial por la pandemia.**

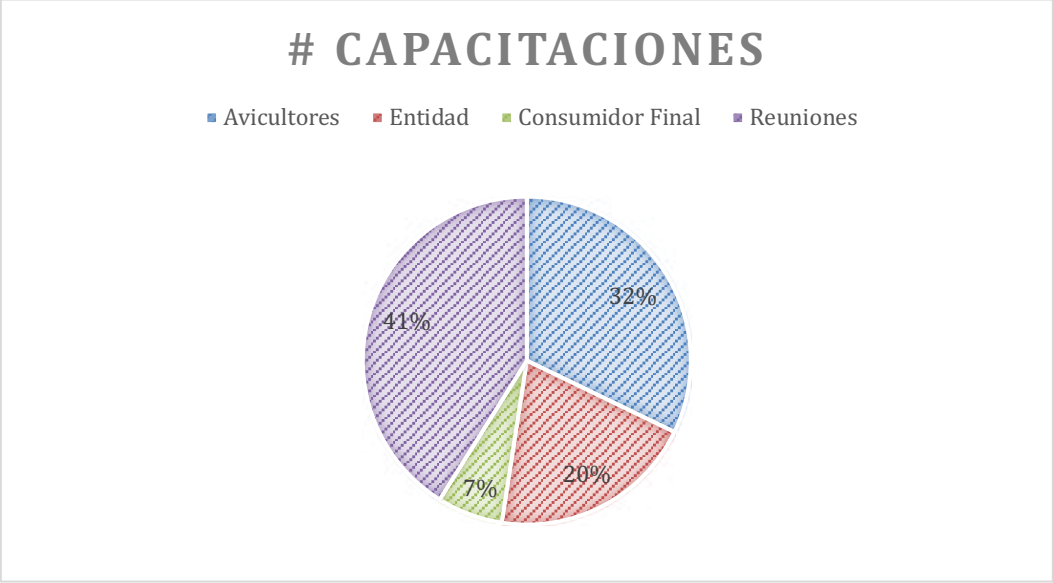
VIRTUALES										
No. Capacitaciones	No. Capacitados	No. Reuniones	No. Asistentes	No. Asesorias a Plantas	No. Asesorias a expendios	No. Asesorias a distribuidoras	No. videoconferencias (cursos, webinar)	No. Documentos Revisados	No. Presentaciones actualizadas	No. formatos actualizados - otros
35	891	59	1620	9	0	0	47	9	7	135
29	878	35	551	1	1	0	47	16	12	89
38	963	32	422	1	0	0	58	38	17	50
31	1587	34	428	5	0	0	39	5	11	113
133	**4319**	**160**	**3021**	**16**	**1**	**0**	**191**	**68**	**47**	**387**

Estas actividades se continuaron desarrollando durante el año 2021 debido a que aún hay restricciones de movilidad, aglomeraciones y visitas de terceros por la continuidad de la pandemia; además muchas entidades, empresas u organizaciones decidieron continuar con el trabajo virtual para proteger su personal y disminuir el riesgo de contagio.

5. Capacitaciones a productores, entidades y consumidor final.

- Numero de Capacitaciones y asistentes por zona

Zona	# Capacitaciones	# Asistentes
Oriente	77	2346
Sur	57	1337
Centro	97	2095
Norte	101	2110
Total	**332**	**7888**



Registro fotográfico de las Capacitaciones Presenciales

	
Capacitación sobre Certificación en manipulación de alimentos Planta y expendios Altair – Santa Marta	**Capacitación sobre Certificación en manipulación de alimentos Expendios Pollos el Paisita, Palmira Valle**
	
Capacitación sobre PÓES Y OS Planta Mascriollo – Nte de Santander	**Capacitación sobre Industria Avícola y Normatividad Expendios Municipio Expendedores Campoalegre - Huila**
	
Capacitación a Inspección de Policía Carabinero Sora – Boyacá	**Capacitación en Practicas Higiénicas y Plan de saneamiento Planta Savicol Bogotá – Cundinamarca**

Registro fotográfico de las Capacitaciones virtuales

Capacitación sobre Certificación en manipulación de alimentos Banco de Alimentos – Barranquilla Atlántico	Capacitación sobre Certificación en manipulación de alimentos ICBF Cali Jesús Nazareth - Cali Valle
	
Capacitación sobre Industria Avícola PAE – Tunja - Boyacá	Capacitación sobre Certificación en manipulación de alimentos OPAV Expendedores, mercadeo y vendedores Bogotá Cundinamarca

6. Cursos técnicos

➢ **CURSO TECNICO VIRTUAL: PLANTAS DE BENEFICIO DE AVES-PEBAS.**

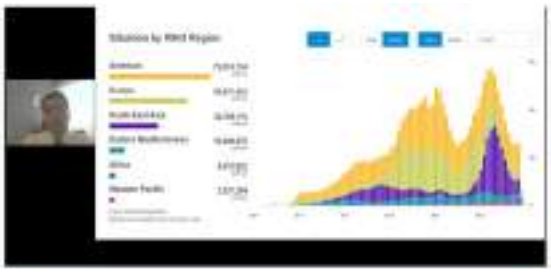
Temas: POES-Programas complementarios, requisitos Autorización Sanitaria





➢ **WEBINAR: CÓMO VAMOS Y QUE NOS ESPERA EN LA PANDEMIA DEL COVID-19.** El objetivo es actualizar tanto a los productores como al personal técnico de las empresas avícolas frente a la situación actual y el futuro de la pandemia de COVID-19, que les permita reconocer los avances de la ciencia, y lograr así direccionar sus procesos y procedimientos, dando garantía a la seguridad de los colaboradores y de las operaciones en los establecimientos avícolas.





Total de asistentes: **71**

➢ **WEBINAR: ROTULADO NUTRICIONAL, CONTENIDO Y ALCANCE. (Resolución 810/21).** Dirigido a las empresas avícolas en general, que comercializan productos rotulados.



Total de asistentes: **60**

➢ **SEMINARIO PLANTAS ESPECIALES DE BENEFICIO DE AVES.** Se realiza este seminario con el acompañamiento del Programa de Estudios Económicos para tratar temas claves como: Factores externos que han afectado al sector, costos de producción, competitividad avícola, política pública avícola, seguro avícola, líneas de crédito; y desde el programa Pollo se hablo acerca de la actualidad del Decreto 1500/07 y sus disposiciones reglamentarias, estos con el fin de mantener informados a los representantes de las plantas especiales de beneficio de aves y generar un espacio en el que se pudieran resolver las dudas. En **total asistieron 53 personas.**



- **APLICACIÓN DE PLANES DE MUESTREO EN PLANTAS DE BENEFICIO DE AVES**

  En el marco del convenio DG-100 que tienen FENAVI y el SENA, y con la destinación de una contrapartida por parte del Programa Pollo se desarrolló este taller en mención, el cuál fue identificado como un tema de interés para la industria avícola, en el mismo **participaron 25 colaboradores** de las plantas de beneficio, se realizaron talleres prácticos que permitieron un entendimiento claro de los conceptos transmitidos.





- **CURSO-TALLER, "CÓMO INTEGRAR LOS DATOS DE VALIDACIÓN, MONITOREO Y VERIFICACIÓN AL SISTEMA DE GESTIÓN DE INOCUIDAD EN PLANTAS DE PROCESAMIENTO DE AVES PARA UNA TOMA DE DECISIÓN EFECTIVA"**

Los temas fueron escogidos de acuerdo con las necesidades manifestadas por las empresas en cursos anteriores.
El curso-taller, tuvo como objetivo que los asistentes comprendieran si la validación, el monitoreo y la verificación se ajustan a las condiciones de operación de cada proceso, así como entender la importancia de analizar los datos para mantener el proceso bajo control y optimizar el Plan de Inocuidad, lo anterior con el propósito de fortalecer los



Total de asistentes: 50

7. Gestión entidades

GESTIÓN ENTIDADES	
ENTIDAD	**TEMAS**
DNP	**ENERO - MAYO:** Revisión temas normativos: Aumento en la temperatura de congelación en el pollo. Comercialización en expendios (distribución): Auxiliares de inspección Modificación resolución 402 de 2002. Marinado de aves **Noviembre**. Participación Socialización Costeo Plan de Admisibilidad Sanitaria - Pollo.
INVIMA	**FEBRERO:** Envío información países referentes: **Auxiliar inspección.** **MAYO.** Reunión con Carlos Robles director de Alimentos y Bebidas del Invima. Seguimiento al tema de auxiliares.
	Comunicación permanente para tramitar y **solucionar situaciones de las empresas durante la Inspección, vigilancia y control.**
	MARZO: Capacitación del Invima sobre Aspectos normativos **Derivados Cárnicos** que permite aclarar dudas de las empresas que procesan este tipo de productos.
	MARZO y MAYO: Participación en socialización del Invima dirigida a las Plantas Especiales de Beneficio de Aves sobre Estándares de Ejecución Sanitaria. Se invitó a las mismas y se resolvieron dudas.

	Participación en las **diferentes mesas regionales contra la ilegalidad.** Departamentos de Atlántico, Bolívar y Magdalena, Córdoba y Sucre; Caquetá, Huila y Tolima; Cauca, Nariño, Putumayo y Valle del Cauca, Boyacá, Cundinamarca y Bogotá D.C
	MAYO: Aclaración concepto Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento-**POES, para lograr que se valide la implementación que realizan las empresas**. Se envía un documento técnico que tiene un enfoque de riesgo.
	AGOSTO: Envío de observaciones al Proyecto de resolución para obtener la Autorización Sanitaria por parte de las plantas de beneficio de aves. Participación en la socialización de los requisitos para solicitar la Autorización Sanitaria. **Septiembre.** Reunión con Dirección de Alimentos para indagar sobre el cobro de la inspección oficial a las Plantas Especiales de Beneficio de Aves, a quienes en la actualidad no se les cobre. El Invima indica que están facultados para hacer el cobro, cuando ellos lo definan. Desde Fenavi se estudiarán las formas de proponer una manera de cobreo, de manera que el impacto sea menor para este tipo de plantas. Asistencia a la Socialización Resolución 2021043230 de 2021 - Autorización Sanitaria, en la que se dieron las pautas para que las empresas radicaran la solicitud de Autorización Sanitaria. **Octubre.** Se expone la situación en una mesa en la que también participa el Ministerio de Agricultura.
MSPS	**JUNIO:** Solicitud de avanzar en **modificación** de la Resolución 402/02 para **aves marinadas**, ya que se encuentra desactualizada
	MARZO: Proyecto Etiquetado Nutricional: Se realiza una nueva revisión del proyecto. **JUNIO:** Se expide la resolución 810 de 2021 que contiene los requisitos de etiquetado nutricional en esta se exceptúan los alimentos como el pollo y el huevo, que no son procesados
ICBF	**Septiembre.** Trabajo conjunto para promover el **consumo de vísceras de Pollo. Realización de recetario**.
Programa de Estudios Económicos - SENA	**JUNIO-SEPTIEMBRE-OCTUBRE-NOVIEMBRE** Participación en la mesa avícola con el fin de apoyar técnicamente la revisión de normas de competencia laboral para los operarios en plantas de beneficio de aves

Programa de sostenibilidad	**Agosto.** Revisiones de coordenadas de las plantas de beneficio, para ajustar la información y completar la base de datos de estos establecimientos. **Junio**. Revisión propuesta de POT para la ciudad de Bogotá. Enfoque plantas de beneficio de aves. **Octubre.** Se realiza un consultorio ambiental, dirigido a las Plantas de Beneficio de Aves, ya que debido a que deben presentar la solicitud de Autorización Sanitaria ante el Invima, deben radicar algunos permisos y certificados relacionados con la parte ambiental. En esta reunión se solucionan dudas sobre Permiso de vertimientos, concesión de aguas, emisiones atmosféricas y usos del suelo.
POT ALCALDÍA BOGOTÁ	**JUNIO**. Se revisa conjuntamente con el Programa de Sostenibilidad y la seccional Bogotá, la propuesta de Plan de Ordenamiento Territorial-POT, que presenta la alcaldía de Bogotá. **JULIO.** Reunión con la alcaldía para exponer las dificultades que tienen las plantas de beneficio con la propuesta de POT.
EXPORTACIONES	**Marzo-noviembre.** Revisión de temas técnicos: Patógenos, trazabilidad, residuos químicos, bienestar animal, infraestructura, sistemas de inocuidad y calidad, inspección oficial. En estos participó el Programa Técnico. **Agosto.** Participar de los avances de la estrategia exportadora y la construcción de la matriz de priorización de mercados.
POLFA	**Octubre.** Se realiza una alianza con esta institución y participan el programa huevo, técnico y pollo; con la finalidad de realizar un curso en línea en el que puedan participar los policías que hacen parte de esta área y conocer la industria avícola, los temas técnicos y normativos que pueden facilitarles su función.
Observadores (Pensiero)	**Marzo.** Se brinda capacitación de actualización en temas de interés para la industria avícola **septiembre**. Inducción y programación de plan de trabajo para el observador de Nariño, quien adelantará actividades que permitan combatir la ilegalidad y el contrabando en la zona.

8. Reuniones entidades

No. Reuniones	No. Asistentes	Entidades
239	**3402**	Se realizan reuniones con diversas entidades, entre las que se encuentran autoridades sanitarias regionales y nacionales, principalmente en el marco de los Comités de la carne, para estar enterados de las problemáticas, dar a conocer las propias de la industria y proponer acciones para combatir la ilegalidad y contrabando. También se realizan gestiones con la Policía Nacional, el ICBF, alcaldías, gobernaciones, entre otras con el fin de convenir actividades que redunden en beneficio de la avicultura.



Comité cárnico departamental Cauca



Comité de la carne



Técnicos Secretaría de Salud Caquetá

9. Necesidades inocuidad

- **POES plantas Especiales**

Se construye un documento denominado: “POES con enfoque de riesgo”, el cual contiene una herramienta basada en un enfoque de riesgo, y que ha sido utilizada por las empresas avícolas, para priorizar y clasificar los Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento-POES, los cuales son de obligatorio cumplimiento en la reglamentación vigente. Ésta herramienta es de gran ayuda para que las empresas puedan enfocar sus esfuerzos y lograr el cumplimiento y la autorización sanitaria, sin embargo, se ha identificado una gran dificultad por parte de las Plantas Especiales de Beneficio de Aves, a la hora de implementarlos, por lo que se identificó la necesidad de hacer un ejercicio práctico en dichas plantas de menor volumen, con el objetivo de que los resultados y conclusiones puedan servir de guía y facilitar su aplicación y lograr el cumplimiento normativo de manera que puedan dar continuidad a su operación, ya que este es un punto crítico durante las visitas de Inspección, Vigilancia Control por parte del Invima. El propósito de la aplicación práctica es que las empresas de menor volumen superen las dificultades a la hora de implementar los POES y puedan seguir funcionando garantizando la inocuidad del producto y el cumplimiento normativo.

Actividades realizadas.

1. Selección del 10% de las empresas especiales, de acuerdo con la base de datos de FENAVI (Programa Pollo) Total 6 empresas
2. Desarrollo de encuesta con el fin de identificar superficies comunes para desarrollar los muestreos y obtener información sobre uso de sustancias y así determinar superficies de alto riesgo y bajo riesgo.
3. Desarrollo del Cronograma de muestreo en las 6 plantas seleccionadas en diferentes ciudades.
4. Procesamiento de Muestras y análisis de resultados obtenidos
5. Establecimiento Línea Base proyectada de acuerdo con los resultados obtenidos, desarrollando análisis estadístico.
6. Desarrollo de Guía donde se identifique a. Desarrollo o elaboración de procedimientos de POES y operaciones Sanitarias – aspectos generalesb. Línea Base de POES operativos de acuerdo al muestreo desarrollado tomando como referencia microorganismo indicador E. Coli genérico biotipo

1 c. Listado y protocolos de acciones de verificación de POES no microbiológicas, entre ellas: Reveladores de biopelículas – residuos en aguas de enjuague y otros. d. Desarrollo de Plan de Muestreo microbiológico genérico para plantas especiales de aves.
7. Informe independiente de los resultados obtenidos en cada planta muestreada
8. Jornada de socialización de los resultados obtenidos y la guía desarrollada.

- **Análisis de pollo marinado y sin marinar**

Con el objetivo de tener datos precisos y reales que servirán como insumo para el cambio normativo que está proponiendo el Ministerio de Salud y Protección Social a la Resolución 402 de 2002, debido a que la misma no refleja la realidad tecnológica del proceso de marinado, ya que esta técnica ha tenido muchos avances en los últimos años y se requiere por parte del gremio tener los resultados de estos análisis para que la discusión esté sustentada en datos técnicos confiables. Se identifica que se requiere realizar un análisis bromatológico y microbiológico al pollo marinado y sin marinar, muestras que se tomaron en las principales regiones productoras del país, iniciando por 96 muestras de pollo marinado y 256 de pollo sin marinar muestras definidas por proporcionalidad de acuerdo con los volúmenes de producción, de manera que sean significativamente representativas y cuyos resultados permitan realizar una comparación de parámetros, Así mismo, los datos obtenidos servirán para actualizar el perfil nutricional del pollo Colombiano.

Para este año, se inicia con la Fase I en la que se toman la mitad de las muestras y en 2022 se finalizará para realizar el análisis de los resultados.

AREA DE INFLUENCIA O POBLACION BENEFICIADA: AVICULTURA COLOMBIANA

ESTADO ACTUAL:

Se han ampliado el alcance, atendiendo no solo a las plantas de beneficio, de desprese, acondicionadoras, sino también de derivados cárnicos de pollo, expendios, distribuidoras de todas las regiones que se cubren con las asesoras técnicas del programa, brindando el acompañamiento técnico que les facilite la implementación de las reglamentaciones sanitarias, así mismo se han realizado capacitaciones a diferentes grupos objetivos, como son productores, operarios de las plantas de beneficio de aves, de desprese, expendios y distribuidoras; manipuladores de alimentos de programas escolares, de canales institucionales; entidades como las secretarías de salud y la Policía Nacional, personal que lidera los servicios de alimentación de entidades que prestan el servicio de restaurantes escolares, comunitarios, entre otros; nutricionistas y profesionales de la salud (las temáticas para estos grupos no solo tratan los aspectos nutricionales, sino también los sanitarios y de inocuidad).
Debido a la continuidad de la pandemia, las actividades se han realizado tanto virtuales como presenciales, dependiendo de las restricciones en movilidad, aglomeración, así como las disposiciones establecidas por las empresas para recibir visitas de terceros.

NOMBRE DEL PROYECTO: SEGUIMIENTO EN FRONTERA Y LUCHA CONTRA LA INFORMALIDAD

AREA DE INFLUENCIA O POBLACION BENEFICIADA: AVICULTURA COLOMBIANA

VIGENCIA: ENERO – DICIEMBRE 2021

OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS

- Búsqueda de prevención y control de contrabando de pollo tanto en fronteras como en los puertos de entrada del pollo americano
- Mantener el sistema de información implementado en la zona fronteriza de Colombia, en los puertos y pasos fronterizos a través de información periódica que nos permita identificar los focos y amenazas de entrada de pollo de manera ilegal.
- Contar con el apoyo de las autoridades locales a través de la participación en reuniones relacionadas con el control del contrabando, mesas de trabajo y demás actividades que garanticen el control de contrabando en las fronteras.
- Contar con la presencia y apoyo de observadores en puertos para evitar el contrabando técnico de pollo proveniente de Estados Unidos principalmente.

ACTIVIDADES

Entre las actividades realizadas en este proyecto:

1. Generalidades de las importaciones

Inspecciones de Carne de Pollo en los principales puertos.

De acuerdo con las inspecciones realizadas por los observadores portuarios de cada puerto, durante el primer semestre de 2021 se inspeccionaron un total de 35.243,28 toneladas de Carne de Pollo.

El puerto con mayor ingreso volumen de ingreso e inspección del citado producto durante el periodo analizado en el presente informe, fue el puerto de Cartagena, con un total de 32.136,64 toneladas, tal y como se evidencia en la gráfica que se presenta a continuación:

Participación de los principales puertos



Grafico 1. *Fuente: PENSIERO*

De la información contenida en la Gráfica No. 1, se desprende que del total de las inspecciones realizadas durante el primer semestre de la presente anualidad a través de los puertos en los que se centra el total del flujo de las importaciones de pollo en el país, por el Puerto de Cartagena ingresó el 91,19% del total de las inspecciones, lo cual corresponde a 32.136,64 toneladas.

De igual manera se observa que a través del Puerto de Barranquilla, ingresó el 6,01% de las inspecciones realizadas en el primer semestre de 2021, lo cual equivale a un total de 2.118,74

toneladas.; y por último a través del Puerto de Buenaventura se efectuaron el 2,80% de las inspecciones, lo cual equivale a 987,90 toneladas de producto.

1.1 Comparativa volumen de inspecciones por puerto

De acuerdo con la información suministrada por los observadores y tal y como se evidencia de los datos que se presentan en la siguiente tabla, el mayor número de inspecciones de carne de pollo generadas para el primer semestre de 2021, se realizaron a través del Puerto de Cartagena con un total del 88,31%, equivalente a 1.435 inspecciones realizadas:

ADUANA	TIPO DE INSPECCIÓN	CANTIDAD INSPECCIONES	TONELADAS	% PARTICIPACIÓN
CARTAGENA	DOCUMENTAL	1.357	30.196,14	83,51%
	FISICA	78	1.940,50	4,80%
BARRANQUILLA	DOCUMENTAL	121	1.550,26	7,45%
	FISICA	31	568,48	1,91%
BUENAVENTURA	FISICA	34	884,69	2,08%
	DOCUMENTAL	4	103,22	0,25%
Total general		**1.625**	**35.243,28**	**100,00%**

Tabla 1. *Fuente: PENSIERO*

Teniendo en cuenta lo anterior, por el Puerto de Barranquilla se realizaron el 9,36% del total general, lo cual equivalente a 152 inspecciones; por el Puerto de Buenaventura el 6,94% equivalente a 97 declaraciones. Por último, se encuentra el puerto de Santa Marta con una participación de 2,33% correspondiente a 38 inspecciones.

COMPARATIVA INSPECCIONES DE CARNE DE POLLO 2020 VS. 2021

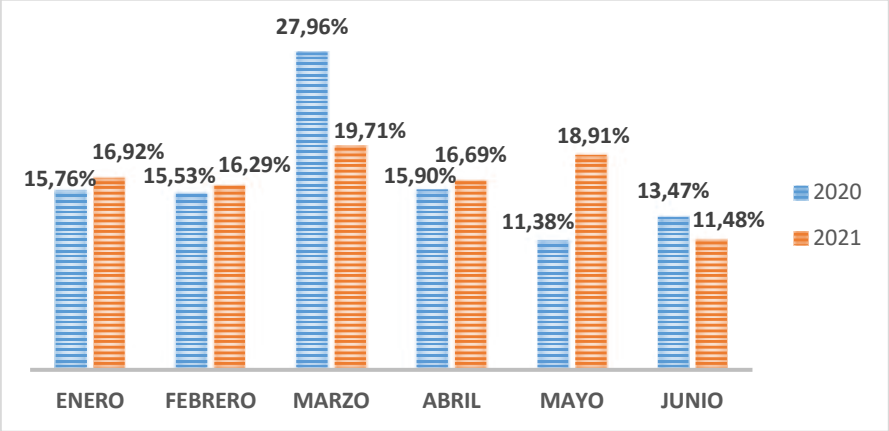


Grafico 2. *Fuente: PENSIERO*

"El volumen de inspecciones de carne de pollo realizadas durante el primer semestre de 2021 tuvieron una disminución del 2,21% comparado con las inspecciones registradas en el mismo periodo del 2020"

1.2 Registro cantidad Carne de Pollo inspeccionadas en toneladas métricas semestre I de 2021

Para el primer semestre del año en curso, ingresó un total de 35.243,28 de toneladas métricas de carne de pollo, por los diferentes puertos del país, habiendo sido la empresa C&G INTERNACIONAL

S.A.S. la que más importaciones efectuó a través de los puertos Barranquilla, Buenaventura y Cartagena, con un porcentaje de importaciones representado en 15,19% del total inspeccionado, el cual equivale 5.354,39 toneladas.

En la siguiente tabla se presenta la información en detalle de la cantidad de pollo importado en toneladas métricas para el primer semestre de 2021:

Porcentaje de participación de los importadores vigentes

IMPORTADOR	PRODUCTO	TONELADAS	% PARTICIPACIÓN
C&G INTERNACIONAL S.A.S.	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	4.404,18	12,50%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	847,00	2,40%
	PASTA DE POLLO (congelada)	103,22	0,29%
GRUPO AL S.A.S.	PASTA DE POLLO (congelada)	2.250,22	6,38%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	672,63	1,91%
	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)	185,78	0,53%
	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	102,50	0,29%
	PIEL CONGELADA O CONSERVADA (gallina, pollo, pavo y avestruz)	24,00	0,07%
COMERCIALIZADORA SUPERLINEAS RRMM S.A.S.	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	2.212,19	6,28%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	381,71	1,08%
	PASTA DE POLLO (congelada)	25,00	0,07%
COMESTIBLES DAN S A	PASTA DE POLLO (congelada)	1.496,16	4,25%
	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)	143,97	0,41%

	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	78,93	0,22%
	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	51,31	0,15%
	PIEL CONGELADA O CONSERVADA (gallina, pollo, pavo y avestruz)	23,99	0,07%
COMERCIALIZADORA FRESMAR S.A.S.	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	1.335,50	3,79%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	420,94	1,19%
	POLLO SIN TROCEAR (congelado)	2,94	0,01%
CARNES CASABLANCA S.A	PASTA DE POLLO (congelada)	1.254,97	3,56%
	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)	215,80	0,61%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	69,85	0,20%
	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	52,62	0,15%
	PIEL CONGELADA O CONSERVADA (gallina, pollo, pavo y avestruz)	25,00	0,07%
DISTRIBUIDORA DE PESCADOS Y MARISCOS DE LA SABANA S.A.S	PASTA DE POLLO (congelada)	828,90	2,35%
	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)	303,93	0,86%
	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	239,79	0,68%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	177,34	0,50%
GESTION CARGO ZONA FRANCA S.A.S	PASTA DE POLLO (congelada)	943,73	2,68%
	LAS DEMAS PREPARACIONES Y	551,82	1,57%

	CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)		
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	52,61	0,15%
INVERSIONES RODRIDIAZ S.A.S.	PASTA DE POLLO (congelada)	921,45	2,61%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	465,39	1,32%
LA ESPERANZA INDUSTRIAL DE ALIMENTOS LTDA	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	794,74	2,26%
	PASTA DE POLLO (congelada)	312,27	0,89%
	PIEL CONGELADA O CONSERVADA (gallina, pollo, pavo y avestruz)	23,99	0,07%
FOOD BOX SAS	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	540,09	1,53%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	410,72	1,17%
	PASTA DE POLLO (congelada)	96,66	0,27%
	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)	29,98	0,09%
SALSAMENTARIA SANTANDER S.A.	PASTA DE POLLO (congelada)	703,43	2,00%
	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)	120,49	0,34%
	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	50,00	0,14%
INVERSIONES ALZATE LOPEZ S.A.S	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	393,51	1,12%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	374,38	1,06%
C.I. ALIEMPAQUES S.A.S.	PASTA DE POLLO (congelada)	543,11	1,54%

	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	196,79	0,56%
	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	26,30	0,07%
ATLANTIC FS S.A.S.	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	390,56	1,11%
	PASTA DE POLLO (congelada)	143,94	0,41%
	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)	119,97	0,34%
	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	107,08	0,30%
GOLFO SEA FOOD SAS	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	578,89	1,64%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	154,22	0,44%
PRODUCTOS CARNICOS FRICAR S.A.S.	PASTA DE POLLO (congelada)	538,87	1,53%
	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)	24,01	0,07%
W&L WORLDWIDE TRADING SAS	PASTA DE POLLO (congelada)	167,94	0,48%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	131,05	0,37%
	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	107,69	0,31%
	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)	72,49	0,21%
DISTRIBUIDORA FP S.A.S.	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	261,06	0,74%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	204,82	0,58%

ALIMENTOS CARNICOS S.A.S.	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)	428,63	1,22%
RICARDO LEON ARANGO PEREZ	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	311,11	0,88%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	109,44	0,31%
PRODUCTOS CARNICOS Y ALIMENTICIOS DON VITTO S.A.S	PASTA DE POLLO (congelada)	391,91	1,11%
COMERCIALIZADORA SOJA SAS	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	205,24	0,58%
	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	185,90	0,53%
DISTRIBUIDORA SIR POLLO SAS	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	317,16	0,90%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	52,61	0,15%
NUTRI EXPRESS SERVICE SAS	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	182,57	0,52%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	175,74	0,50%
COLOMBIANA DE PRODUCTOS DEL AGRO COLPAGRO SA	PASTA DE POLLO (congelada)	191,95	0,54%
	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)	71,95	0,20%
	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	52,62	0,15%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	26,31	0,07%
ANGLETON GROUP S.A.S	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	264,86	0,75%
MER-K-POLLOS DEL CARIBE S.A.S	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	209,25	0,59%

	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	26,31	0,07%
AVICOLA CAMPOFRESCO S.A.S	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	142,79	0,41%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	36,26	0,10%
	PASTA DE POLLO (congelada)	27,59	0,08%
LAURA BIBIANA VARGAS GONZALEZ	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	178,51	0,51%
	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	26,31	0,07%
CFC PROCESADORA DE ALIMENTOS S.A.S.	PASTA DE POLLO (congelada)	127,81	0,36%
	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)	72,01	0,20%
C.I. IBLU SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	157,79	0,45%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	26,30	0,07%
WALTER CARNES FRIAS Y PROCESADOS LTDA	PASTA DE POLLO (congelada)	179,51	0,51%
COMPAÑIA COMERCIAL E INDUSTRIAL LA SABANA AVESCO S.A.S	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	127,01	0,36%
	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	49,44	0,14%
ALIMENTOS LA CALI S.A.S.	PASTA DE POLLO (congelada)	76,05	0,22%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	48,99	0,14%
	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	25,55	0,07%
DISTRIBUIDORA DE CARNES ET LOS MONOS SAS	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	82,14	0,23%
	PASTA DE POLLO (congelada)	27,59	0,08%

	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	26,30	0,07%
GRUPO BUENA DE COLOMBIA S.A.S	POLLO TROCEADO (congelado)	131,48	0,37%
GRUPO COMERCIAL SNACKS S.A.S.	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	78,84	0,22%
	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	52,30	0,15%
FERNANDO GOMEZ RAMIREZ	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	130,72	0,37%
INVERSIONES INT COLOMBIA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	99,79	0,28%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	25,86	0,07%
ARCOS DORADOS COLOMBIA S.A.S.	CARNE PROCESADA POLLO (incluso nuggets y carne hamburguesa)	66,26	0,19%
	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)	53,51	0,15%
INVERCOMER DEL CARIBE S.A.S.	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	106,13	0,30%
PCC PROCESADORA COLOMBIANA DE CARNES SAS	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	95,78	0,27%
VITAMAR S.A.	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	78,93	0,22%
COMERCIALIZADORA DE ALIMENTOS PUNTA DEL ESTE S.A.S.	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	78,77	0,22%
COMERCIALIZADORA HERMANOS ALVAREZ NUÑEZ S.A.S.	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	50,80	0,14%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	26,31	0,07%
SERVICIOS DE ALIMENTACION N.P. S.A.	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	48,57	0,14%

	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	26,24	0,07%
INVERSIONES DE PRODUCTOS CARNICOS S.A.S.	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	74,80	0,21%
ALMACENES EXITO S A	PASTA DE POLLO (congelada)	47,99	0,14%
	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)	23,99	0,07%
PRICESMART COLOMBIA S.A.S.	EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE; PREPARACIONES ALIMENTICIAS A BASE DE ESTOS PRODUCTOS (AVES)	54,31	0,15%
	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)	9,12	0,03%
	CARNE PROCESADA AVES (incluso nuggets y carne hamburguesa)	3,20	0,01%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	1,78	0,01%
	PRODUCTOS DERIVADOS CARNICOS AVIAR (marinados, cocidos, congelados, envasados)	0,65	0,00%
	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (trozos sazonados y congelados)	0,57	0,00%
COMPAÑÍA PROCESADORA DE ALIMENTOS FRIGOALTO S.A	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)	68,50	0,19%
INDUSTRIAS CARNICAS DE COLOMBIA S.A.S.	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	26,31	0,07%

	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	26,30	0,07%
COMERPES S.A.	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	52,59	0,15%
JOSÉ ENRIQUE GONZALEZ MORA	PASTA DE POLLO (congelada)	51,93	0,15%
COMERCIALIZADORA DE PESCADOS Y MARISCOS AYA & ARCINIEGAS S.A.S "COPESMA S.A.S"	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	51,30	0,15%
QUALA S.A.	GRASA DE AVES (fundida)	27,22	0,08%
	GRASA DE POLLO DESHIDRATADA	18,14	0,05%
	CARNE DESHIDRATADA DE POLLO	5,39	0,02%
COMPANIA PROCESADORA DE ALIMENTOS FRIGOALTO S.A	PASTA DE POLLO (congelada)	50,00	0,14%
DISTRIBUIDORA E IMPORTDORA ALSEA COLOMBIA S.A.S	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	50,00	0,14%
SEMBRAMOS Y COMERCIALIZAMOS S. A. S	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	25,00	0,07%
	LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	23,59	0,07%
COMERCIALIZADORA FRESMAR S.A.S	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	27,59	0,08%
TROPICAL MEATS SERVICES SAS	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	26,31	0,07%
IMPORMAR DE COLOMBIA S.A.S.	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	26,30	0,07%
ALTERNATIVAS ALIMENTICIAS DEL PACIFICO S.A.S.	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	26,30	0,07%
LATIN AMERICA DISTRIBUTION COLOMBIA S.A	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE AVES (trozos sazonados y congelados)	16,94	0,05%
	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (trozos sazonados y congelados)	8,98	0,03%
	LAS DEMAS PREPARACIONES Y	0,02	0,00%

	CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)		
SERVICIOS DE ALIMENTACION LA VIANDA S.A.	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	25,00	0,07%
COMERCIALIZADORA SURI SAS	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	25,00	0,07%
SYMRISE LTDA	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	25,00	0,07%
KUEHNE NAGEL	CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	25,00	0,07%
PRODUCTOS CARNICOS SEVILLA	PASTA DE POLLO (congelada)	23,56	0,07%
PJ COL SAS	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)	17,64	0,05%
MONCASA GOURMET SAS	PREPARACIONES DE HÍGADO DE AVES	0,30	0,00%
	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE AVES	0,08	0,00%
AGRODEX INTERNATIONAL SAS	LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (trozos sazonados y congelados)	0,36	0,00%
Total general		**35.243,28**	**100,00%**

Tabla 2. *Fuente: PENSIERO*

1.3 Participación por producto

La mayor parte de las inspecciones se centran en CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados). Este producto obtuvo un porcentaje de participación del 37,94% equivalente a 13.370,71 de toneladas métricas de producto inspeccionado, tal y como puede evidenciarse de la información contenida en la tabla que se presenta a continuación:

PRODUCTOS	TONELADAS	% PARTICIPACIÓN
CUARTOS TRASEROS DE POLLO (congelados)	13.370,71	37,94%
PASTA DE POLLO (congelada)	11.525,76	32,70%
LOS DEMAS TROZOS Y DESPOJOS COMESTIBLES DE POLLO (congelados)	7.399,38	21,00%
LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (congeladas)	2.513,61	7,13%

POLLO TROCEADO (congelado)	131,48	0,37%
PIEL CONGELADA O CONSERVADA (gallina, pollo, pavo y avestruz)	96,99	0,28%
CARNE PROCESADA POLLO (incluso nuggets y carne hamburguesa)	66,26	0,19%
EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE; PREPARACIONES ALIMENTICIAS A BASE DE ESTOS PRODUCTOS (AVES)	54,31	0,15%
GRASA DE AVES (fundida)	27,22	0,08%
GRASA DE POLLO DESHIDRATADA	18,14	0,05%
LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE AVES (trozos sazonados y congelados)	16,94	0,05%
LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE POLLO (trozos sazonados y congelados)	9,92	0,03%
CARNE DESHIDRATADA DE POLLO	5,39	0,02%
CARNE PROCESADA AVES (incluso nuggets y carne hamburguesa)	3,20	0,01%
POLLO SIN TROCEAR (congelado)	2,94	0,01%
PRODUCTOS DERIVADOS CARNICOS AVIAR (marinados, cocidos, congelados, envasados)	0,65	0,00%
PREPARACIONES DE HÍGADO DE AVES	0,30	0,00%
LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE DE AVES	0,08	0,00%
Total general	**35.243,28**	**100,00%**

Tabla 3. *Fuente: PENSIERO*

1.4 Gestión de los observadores en Puerto

- Los observadores en los puertos de Cartagena, Barranquilla y Buenaventura se encuentran trabajando de la mano con las Direcciones Seccionales de Aduana, brindando capacitación a los inspectores DIAN sobre las características técnicas del pollo y los factores de inocuidad que se deben tener en cuenta al momento de una inspección de pollo importado. Estos conocimientos son brindados a los inspectores, mediante socializaciones con el fin de surtir herramientas e información necesaria para tener en cuenta durante una diligencia de inspección aduanera.
- Adicionalmente, los observadores continúan con la labor de acompañamiento a las actividades de inspección física y documental de las autoridades Sanitarias que participación en la operación de importación de pollo a través de los principales puertos del país en los que hacemos presencia.
- De igual manera realizan tareas de revisión posterior de las declaraciones de importación que han obtenido levante automático por parte de la DIAN, con el fin de verificar el cumplimiento de las descripciones mínimas y la norma aduanera que rige las importaciones.

- En marzo del presente año se llevó a cabo la destrucción de diez (10) cajas de pasta de pollo importado por la empresa GRUPO AL SAS, ya que el contenido de las mismas fue expuesto por accidente.
- Se han realizado reuniones con la DIAN de Barranquilla, Buenaventura y Cartagena, para solicitar apoyo en la entrega de las declaraciones de importación.
- Se está trabajando de la mano de la DIAN seccional Buenaventura para adquirir un usuario de SIGLO XXI y auto gestionar el proceso de obtención y descarga de declaraciones automática.
- El puerto de Buenaventura durante el mes de mayo fue de los más golpeados debido a la situación actual con respecto al paro nacional. Por el puerto se presentaron problemas de seguridad para el desplazamiento de vehículos desde y hacia las instalaciones portuarias. En las pocas caravanas que salieron en ese mes de Buenaventura han participado de 2 a 3 empresas, lo cual no representó ni el 1% de la operación diaria normal.



1.5 Conclusiones

En conclusión, el mayor movimiento de importaciones de carne de pollo es nacionalizado por el puerto de Cartagena, con un margen del 91,19% sobre el total de importaciones; comparado con los puertos de Barranquilla, Buenaventura y Santa Marta.

Si bien muchas de las cifras continúan en terreno negativo, han venido presentando un mejor comportamiento.

Se han realizado reuniones con las diferentes administraciones de aduanas DIAN, solicitando las declaraciones de importación del I semestre para alimentación de la plataforma PENSIERO.

Pensiero SAS como coordinador del programa de observadores aduaneros de FENAVI, realiza seguimiento satelital a los observadores portuarios, logrando un control más detallado de las actividades realizadas por los mismos en cada ciudad.

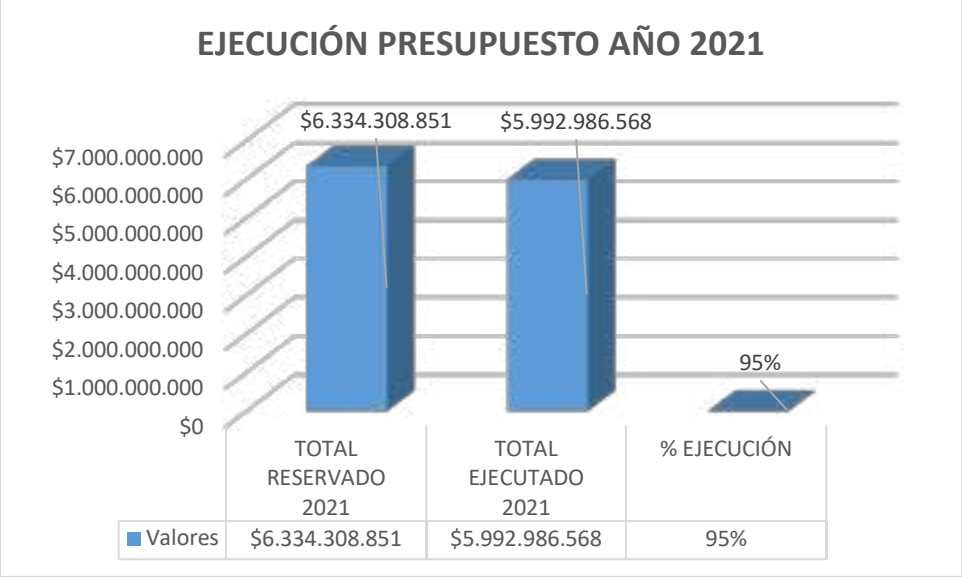
Por parte de todo el equipo de trabajo se realiza siempre seguimiento del compromiso de las directivas de entidades de control con el fin de que los observadores se encuentren siempre apoyados y acompañados por inspectores y personal de importancia para la realización de las inspecciones físicas y documentales.

Desde los puertos de Barranquilla, Buenaventura y Cartagena nos encontramos trabajando de la mano con la Dirección seccional de aduanas para contribuir con una competencia equitativa.

INDICADORES DE GESTION

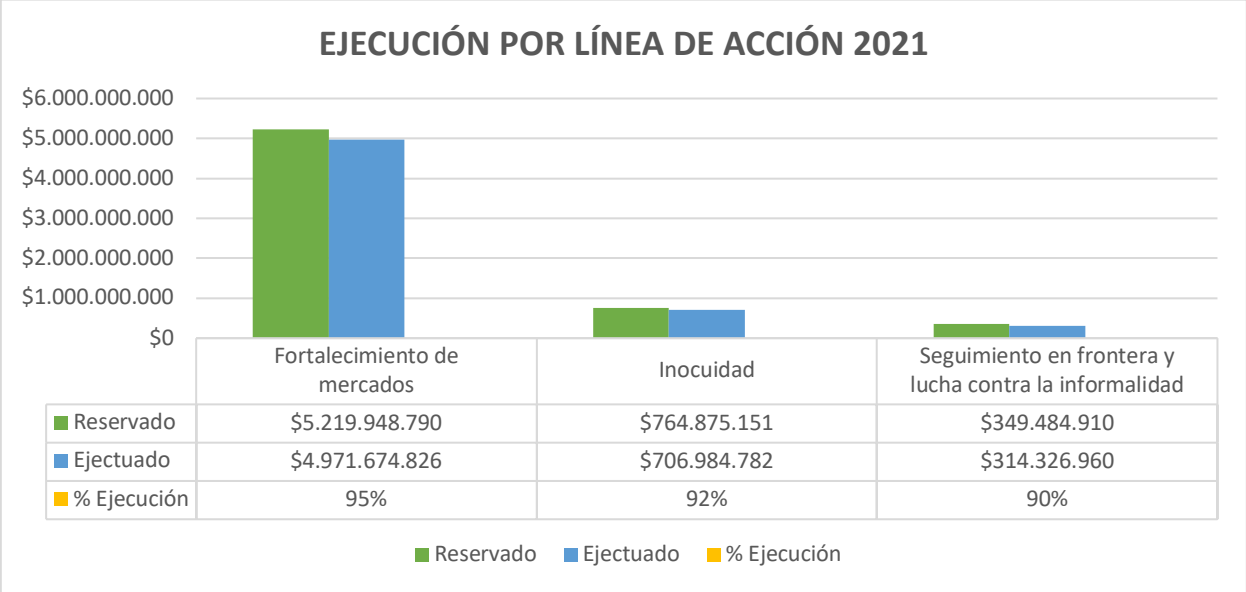
1. Ejecución Presupuestal Año 2021 Programa Pollo

TOTAL RESERVADO 2021	TOTAL EJECUTADO 2021	% EJECUCIÓN
$6.334.308.851	$5.992.986.568	95%



Ejecución por línea de acción

	Fortalecimiento de mercados	Inocuidad	Seguimiento en frontera y lucha contra la informalidad
Reservado	$5.219.948.790	$764.875.151	$349.484.910
Ejecutado	$4.971.674.826	$706.984.782	$314.326.960
% Ejecución	95%	92%	90%



El indicador de ejecución presupuestal del año 2021 fue de 95,0% lográndose el nivel de cumplimiento del mismo; sin embargo, no se ejecutó el 100% del total del presupuesto solicitado por las siguientes razones:

FORTALECIMIENTO DE MERCADOS:

1. **Formación y conocimiento de consumidores**:
   - **Ejecución:**

   Continuidad al contratos con agencia de creatividad, medios y digital para apalancar las estrategias de comunicación de la campaña #CienPorCientoPollo.
   Continuidad con las alianzas con las entidades médicas ACE, Asesoria Nutricional con CECNI, alianza con la Sociedad Colombiana de Pediatría y Mi Manual del bebé.
   Reuniones virtuales con los representantes de las principales regiones avícolas de julio, agosto y septiembre
   Participación y pauta en la revista Avicultores de febrero a diciembre.
   Estudio para el entendimiento de hogares colombianos en las categorías de huevo, pollo y sustitutos en cuanto a sus hábitos de consumo y uso de las categorías, donde se debe tener en cuenta los estudios recurrentes realizados previamente de forma bianual, con dos intensiones principalmente, encontrar los cambios de comportamiento relevantes y por otro lado conservar indicadores de tendencia que se tienen. Estudio del logo de Pollo Colombiano, estudio de consumo de hogares y estudio de la palabra "colombina “y estudio de recordación del logo-sello anterior de pollo colombiano. Estudio consumo en hogares. Estudio de tracking publicitario a la campaña de 2021.
   Continuidad al contrato de producción del contenido audiovisual para la campaña #CienPorCientoPollo y estrategias digitales de fomento al consumo. Producción de comerciales alusivos a la campaña anual del programa.
   Continuidad con el servicios de actor para el personaje #MAEP y la voz del mismo.
   Realizar la producción de material promocional alusivo al Festival del Pollo Colombiano 2021. Este material se entregó al consumidor final a través de un juego y/o trivia virtual.
   Producción de cuñas y cortinillas alusivas al Festival del Pollo 2021, en las etapas de convocatoria, semifinal y final. Durante el festival, se realizó interventoría en diferentes ciudades del país, con el fin de supervisar las activaciones BTL en los puntos de venta de los avicultores.

Producción de cuñas y ajuste en comercial para la campaña de navidad ¡Pídele al Rey de la Navidad!, donde se invitaba a las personas a participar de la actividad de mis aguinaldos en radio y el envío de una carta de navidad a Mi Amigo el Pollo a través de nuestros activos digitales. Adicionalmente, se desarrolló una estrategia de growth hacking.

- **No Ejecución**:

  El inició del lanzamiento de la campaña en medios ATL (TV, Radio, Impresos, etc), se pospuso para abril debido a que la producción de los comerciales tomó más tiempo del estipulado. Lo anterior se debe a que la técnica que se utilizó para estos comerciales es nueva en el país y no se tenía el conocimiento necesario de los tiempos de ejecución por lo que se tenía pensado salir en marzo y se salió al aire en el mes de abril únicamente con pauta en radio.

  Las actividades de salud presenciales no se lograron realizar debido a la Pandemia, por tal motivo, no se desarrollaron los viajes de los conferencistas y se programaron las actividades de manera virtual.

  No se va a sacar material de apoyo para formación y conocimiento de consumidores como cartillas, entre otros. Debido a que se tenía pensado que si las condiciones del COVID-19 mejoraban se tenía pensado reactivar las actividades presenciales. Sin embargo, debido a los picos presentados durante el año no se lograron realizar las actividades ni la producción del material a entregar en las mimas.

  A raíz de la pandemia, los viajes que se tenían proyectados no se realizaron en su totalidad.

  Por otro lado, no se va a sacar material apoyo de campaña y eventos de promoción de consumo y salud y se dejaron de realizar envíos debido a la cancelación de los eventos presenciales a causa del COVID-19.

  Las reuniones mensuales con los principales representantes de las diferentes empresas avícolas no se realizaron de manera presencial debido a las condiciones del COVID-19.

  Haciendo un uso eficiente de los recursos del Fonav, logramos un ahorro en la producción de las cuñas durante el Festival del Pollo Colombiano y material requerido para el evento.

  La participación en la revista avicultores se dio a partir del mes de febrero.

  Las actividades con chefs e influenciadores elaborando recetas con pollo, no se realizaron.

  El contrato con la agencia digital para el pago del fee inicia en febrero.

2. **Mercado Internacional:**

- **Ejecución:**

  Inicio de contrato de Asesoría para fortalecer la sanidad e inocuidad de productos aviares y generar garantías de exportación. IPC segundo semestre.

  Pago de renovación de la membresía del International Poultry Council (IPC) como miembro activo correspondiente al año 2021.

- **No Ejecución:**

  Por el COVID 19 la Misión Técnica que se tenía planeada no se logra ejecutar en el año 2021.

  A raíz de la pandemia, no se logran hacer las reuniones globales de la industria del pollo, proyectadas ni eventos establecidos, por lo cual no se giraron viáticos y no se pagó el valor de la inscripción.

3. **INOCUIDAD:**

- **Ejecución:**

  Pago de salarios de las Asesoras técnicas y de la coordinadora.

Gastos de viaje para llevar a cabo el acompañamiento a los productores por parte de las asesoras técnicas (por la continuidad de la pandemia y los cierres periódicos que se han dado, las actividades proyectadas han presentado variaciones, continuamos realizando actividades tanto presenciales como virtuales)
Auxilio de rodamiento requerida por el equipo técnico, para la realización de las actividades de asesoría y capacitaciones en los meses en los que se pudieron desplazar.
Servicio de telefonía celular para el equipo del programa pollo y dotación para las asesoras técnicas y de la coordinadora.
Producción de material de apoyo a capacitaciones.
Desarrollo de capacitación en conjunto con el programa de Estudios Económicos de la Federación.(Contrapartida/Sena)
Capacitación de actualización en temas normativos y sanitarios.
Ejecución de actividad práctica dirigida a las plantas especiales, como apoyo a la implementación normativa.
Elementos de Protección personal para realizar las asesorías técnicas presenciales en los meses en los que se pudieron realizar.
Honorarios para conferencistas que dictaron charlas virtuales sobre normatividad y actualización de Plantas Especiales de Beneficio de Aves.
Producción de material de apoyo para charlas y capacitaciones de las ingenieras de alimentos.

- **No Ejecución:**

Logística (tiquetes, anticipos) requerida por el equipo técnico para la realización de la asesoría técnica en plantas de beneficio y expendios y distribuidores en todo el territorio nacional debido a las restricciones de movilidad así como a los contagios presentados por la pandemia.
Auxilio de rodamiento requerida por el equipo técnico para la realización de asesoría y capacitaciones. (por cierres y contagios debido a la pandemia)
Logística (tiquetes, anticipos) requerida por el equipo técnico. (Estuvieron restringidos los desplazamientos)
El estudio realizado, se dividió en dos fases ya que los resultados iniciales mostraron que se debía hacer un ajuste en las superficies a muestrear de manera que se unificaron para la toma en las plantas especiales.

4. SEGUIMIENTO EN FRONTERA Y LUCHA CONTRA LA INFORMALIDAD

- **Ejecutado:**

Continuidad de Plan Observadores en Puerto: Investigación privada, empleo de labores de inteligencia y demás gestiones que permitan la obtención de información del estado de los productos avícolas que ingresan al territorio colombiano proveniente de otros países. (Santa Marta, Cartagena, Barranquilla, Buenaventura)
Reuniones para mesas de trabajo con los entes gubernamentales; DIAN, ICA, INVIMA y Agencia Aduanera.
Servicios de planeación, organización, dirección, coordinación de proyectos que a la medida, asesoría y supervisión del comportamiento del mercado avícola en el Departamento de Nariño como zona fronteriza con el Ecuador que incluye una persona "Observador-Consultor" para prestar servicios de control, seguimiento y acompañamiento en el departamento de Nariño como zona Fronteriza con Ecuador. (Da inicio en el mes de agosto).

- **No Ejecutado:**

Viajes de apoyo por parte de la dirección del programa.
Viajes apoyo jurídico en la zona fronteriza con las entidades gubernamentales.
Lo anterior debido a la pandemia del COVID19 con la cual no hay vuelos para reuniones presenciales grupales.
No se lograron realizar las campañas educativas a entidades y consumidores.

PROGRAMA HUEVO

INFORME DE GESTIÓN

ENERO A DICIEMBRE 2021

1. NOMBRE DEL PROYECTO: INOCUIDAD Y CALIDAD

OBJETIVO GENERAL:

Desarrollar actividades a nivel interno y externo con las diferentes Entidades públicas y privadas, con los productores de huevo en cascara y ovoproductos y con consumidores finales; a fin de garantizar el cumplimiento de las normas de inocuidad vigentes, facilitar y apoyar los sistemas de gestión de calidad, mejorar el estatus sanitario, capacitar a los diferentes grupos, garantizando que el consumidor colombiano reciba un producto de calidad y seguro y se dé un manejo adecuado del producto a lo largo de su cadena.

VIGENCIA: ENERO A DICIEMBRE DE 2021

RESULTADOS:

a. ***Capacitaciones:***

No.	ENTIDAD	FECHA	No. ASISTENTES
1	ICBF Atlántico	22-feb	35
2	**Secretaria de Salud Municipal Florencia**	25-mar	10
3	Secretaria Departamental Caquetá	27-mar	11
4	PAE Boyacá	29-abr	15
5	PAE Huila	6-may	54
6	UNAM Nariño Dia de la Inocuidad	28-may	70
8	Secretaria de Salud de Cúcuta	17-jun	20
9	Secretaria de Salud de Pereira	17-jun	24
10	Baxter - Paciente Renal	11-ago	**30**
11	Profesionales de Frontera	20-ago	5
12	Merqueo	23-ago	11

13	Policía de Carabineros Nariño	27-sep	35
14	Estudiantes U. San Martín	27-oct	29
16	Secretaria Departamental del Santander	24-nov	80
TOTAL			429

Los principales temas tratados en estas capacitaciones fueron:

- Industria de Huevo.
- Resolución 3651 de 2014
- Buenas Prácticas de Manufactura y manipulación adecuada del producto.
- Normatividad a lo largo de la cadena de producción de huevos y ovoproductos.
- Aspectos nutricionales de huevo y ovoproductos.

b. Asistencia Técnica:

Se ha prestado asistencia técnica a los productores de huevo en cascara y ovoproductos de forma permanente a través del café de Clau, espacio que se creó para el contacto directo via virtual, correo electrónico y telefónico, en aspectos relacionados con rotulado de huevo, tablas nutricionales, fichas técnicas, normatividad de alimentos, trámites ante las entidades públicas y privadas.

Adicional, se realizaron visitas de asistencia técnica a las zonas avícolas de:

- Antioquia: Granja Avinal, Granja San Martín, planta de secado de huevo: Nutreo.
- Cauca: Granja Palmas – Incubadora Santander.

c. Desarrollo de cursos de Inocuidad

Desarrollo de cursos de inocuidad y material, con temas de interés para las empresas productoras de huevo y ovoproductos y coordinación de las actividades de formación para subir a la plataforma de Huevopedía en la página de huevos.com garantizando así la disponibilidad y la generación de conocimiento de forma permanente.

- Material y cursos desarrollados:

1. Curso de Buenas Prácticas en el uso de Medicamentos Veterinarios.
2. Curso Food Defense.
3. Curso Food Fraud.
4. Curso de Microbiología de Huevo.
5. Curso de retiro de producto.

a. Ovoproductos:

▪ **Comités de ovoproductos**:

Reuniones con los representantes de las 7 empresas de ovoproductos, en donde se trabajaron los siguientes temas:

- Taller de resultados estudios de mercado.
- Aprovechamiento de las cascaras de huevo.
- Informes de resultados.
- Admisibilidad de huevos procesados a Chile.
- Temas de capacitación y Huevinar.

Resultados HUEVINAR

▪ Realización de **HUEVINAR**, con temas de interés para actualización y fortalecer los conocimientos de los profesionales técnicos de las empresas de ovoproductos:

FECHA	TEMA	CONFERENCISTA	No. DE ASISTENTE
23 – Marzo	Como esta la situación de los ovoproductos en el mundo	Adriana Larsen	75
22- jun	El internet de las cosas en el procesamiento de Huevo	Marcos Sánchez	33
TOTAL			**108**

- Entregar informe final del "Estudio de Mercadeo de Ovoproductos" y la realización de la divulgación de los resultados en los comités de ovoproductos y mercadeo.
- Desarrollo del curso taller de profundización en la validación del proceso de pasteurización en la línea de huevo líquido pasteurizado.
- Realización de charla sobre "Actualización Programa de Monitoreo Ambiental"
- Asesoría en línea sobre Pasteurización y Validación del proceso, con cada una de las plantas de procesamiento de huevo, espacio en el que se identificaron las dificultades puntuales de cada una de las empresas y se resolvieron las inquietudes recibidas para la implementación de la validación del proceso de pasteurización.
- Conferencia "Análisis de información para elaboración de informe de validación de medida de control", a cargo de PhD. Francisco Garcés Vega.

- ***Trabajo con las Entidades Públicas:***
  - Reuniones con ICBF, para coordinar las actividades a desarrollar en el transcurso del año.
  - Reuniones con los Bancos de Alimentos ABACO, para la organización de las actividades de capacitación, elaboración de los perfiles higiénico sanitarios de los bancos y seguimiento a los compromisos de la mesa de sinergia.
  - Reuniones con el SENA y participación en la mesa sectorial de procesamiento de alimentos.
  - Reuniones con Universidades, especialmente Javeriana y Salle, con quienes se están adelantando acciones de investigación con ovoproductos.

- Planteamiento y desarrollo de la campaña #Miformaderomperla, que busca capacitar y concientizar al consumidor final en la importancia para la salud pública y animal de romper la bandeja de empaque de huevos, debido a la contaminación que genera, el riesgo para la inocuidad del producto.

DESARROLLO Y ESTADO ACTUAL:

Con el fin de generar un mayor impacto a los productores de huevo en cascara y ovoproductos, se tiene como objetivo trabajar en el desarrollo de contenidos a través de diferentes cursos de capacitación para generar herramientas de apoyo a los procesos de capacitación que cada empresa avícola debe desarrollar.

Así mismo, se desarrollaron cursos de capacitación y actualización de contenidos en temas de interés para las empresas de huevo en cascara y ovoproductos y que les ayudan a fortalecer los sistemas de gestión de calidad de sus empresas.

Fortalecer el trabajo del subsector ovoproductos, teniendo en cuenta los resultados del estudio de mercado y los talleres realizados con las empresas.

Se ha trabajado con las secretarias de salud, actividad fundamental para unificar criterios entre los funcionarios que realizan actividades de inspección, vigilancia y control, con el objetivo de garantizar las acciones en campo de estos funcionarios y garantizar que se cumplan los requisitos que establecen las normas, así mismo se han realizado capacitaciones y reuniones con el Plan de Alimentación Escolar.

Participación en reuniones con diferentes autoridades sanitarias nacionales o internacionales en temas que impacten directamente al Sector Huevo.

Asesoría técnica permanente a los productores del subsector huevo con referencia a la normatividad nacional y a las solicitudes específicas de las Autoridades Sanitarias, junto con el nuevo espacio virtual denominado café con Clau.

Capacitación en aspectos técnicos y de la industria a nivel nacional en entidades públicas y privadas, en donde se busca dar a conocer el crecimiento

AREA DE INFLUENCIA O POBLACION BENEFICIADA: AVICULTURA COLOMBIANA

IMPACTO Y CONCLUSIONES:

A través de este proyecto se busca ofrecer a todos los productores de huevos y ovoproductos del país, soporte técnico para cumplir con las normas de inocuidad y el mejoramiento interno de sus

procesos, dar herramientas que faciliten su implementación y a fortalecer a los profesionales de las empresas productoras.

Trabajar con las Entidades Públicas y privadas para dar a conocer los productos que se están desarrollando, proyectar el sector de ovoproductos.

Hasta la fecha se han realizado todas las actividades previstas.

2. NOMBRE DEL PROYECTO: FORTALECIMIENTO DEL CONSUMO

VIGENCIA: ENERO A DICIEMBRE DE 2021

OBJETIVO GENERAL: Fomentar el consumo de huevo en Colombia a través de campañas en medios masivos, profesionales de la salud, entidades públicas y privadas, alianzas educativas, promoviendo los mejores estándares de calidad e inocuidad para el consumo y dando a conocer los beneficios del huevo en la vida diaria.

Para el 2021 nuestra estrategia es la siguiente:



Esta línea es el corazón del programa que se trabaja a través de 3 subproyectos:

A. Formación de Consumidores, en el 2021 se trabaja para comunicar los beneficios del huevo, partiendo de "Aprendí la importancia de comer huevo gracias a sus beneficios y de su practicidad en mis preparaciones" y debemos llevarlos a "Ahora como huevo no solo porque es fácil, sino porque es una comida completa que me da TODO lo que necesito y para lograr todo en el día". Por esta razón vamos a seguir comunicando el Poder del huevo, bajo la campaña: Rómpela Todos los Días con el Poder del Huevo.

Nuestro Insight El Huevo se vuelve la gasolina para mis logros del día a día. Presentaremos al huevo como el mejor aliado en los diferentes espacios de cada persona resaltando sus beneficios y su practicidad en esta nueva normalidad. Todo gracias a un plan estructurado y 360° que permita dar alcance, recordación y masividad al mensaje. Estaremos presentes en Radio, TV nacional, TV por cable, TV regional y Digital.

B. Importancia del huevo y su impacto en la nutrición Humana: orientada trabajar para promover el consumo de huevo diario de la mano con la academia, congresos médicos, ICBF. De igual forma generar artículos científicos que nos permitan aumentar la credibilidad. Y **Entidades Públicas y Privadas:** Desarrollar actividades en conjunto con entidades públicas y privadas para promover el consumo de huevo.

C. Mercado Mundial: Participación en eventos internacionales que permitan conocer avances en materia del desarrollo del subsector a nivel internacional. Conferencias del IEC entre otros.

RESULTADOS:

A. FORMACIÓN DE CONSUMIDORES.

Con la campaña **Rómpela todos los días con el poder del huevo,** se tiene un plan estructurado en donde se incluyen llevar un mensaje personalizado a cada audiencia pensando en los beneficios que le interesan (mujeres, adulto mayor y niños) y todo el año de actividades como se puede ver en la imagen a continuación:

1. Campaña de fomento al consumo de huevo:

Desde la agencia Geometry Global se han realizado varias ejecuciones gráficas de acuerdo con lo acordado y negociado en la licitación, comenzaron a trabajar en febrero de 2021, en resumen y siendo coherentes con los informes entregados las ejecuciones realizadas a la fecha son:

KV´s FENAVI: Estos KV´s representan cada uno de los públicos objetivos a los cuales comunicamos con el programa huevo, dimos una identificación con colores y personajes representativos para cada uno de ellos, para **público adulto mayor (Vigor), público infantil y jóvenes (concentración)** y para el **público mujeres (vitalidad)** No podemos olvidar que cada uno de estos Kv´s representa la campaña con la que se viene trabajando desde el año anterior – Rómpela Todos los días con el poder del huevo.



CIERRE KV COMERCIAL: Se ajusta el cierre de campaña para los comerciales de TV así:



KV´s ALIANZAS: Para la alianza con **Tras la perla** se realizaron dos opciones de Kv, se da protagonismo a las personas que reciben los beneficios de la nutrición y se expone completamente el mensaje de la donación y beneficios entregados desde Fenavi a la población de la ciénaga. Para la alianza con **Fedepapa** actualizamos el actual KV en dos versiones, dando protagonismo a las madres en una primera bajada y luego a los niños

FONDOS VIRTUALES: Dada la nueva normalidad y trabajo en casa se diseñaron algunos modelos de fondos virtuales “identidad del programa” para las reuniones virtuales:



PROPUESTA KV BANDEJAS: Con el objetivo de avanzar con la campaña del no reúso a las bandejas de huevo se propone este KV, el cual debe ser aprobado por Fenavi y las empresas que se van a sumar a la campaña.



MÓDULOS PROGRAMA HUEVO: Hemos trabajado en la finalización de los módulos para el curso POLFA –DIAN.





HISTORIAS DE RECETAS: Se han presentado ajustes a los librillos sobre historias de recetas en alianza con la Fundación KALA.



KV´s PILARES COMUNICACIÓN EL VERDADERO VALOR DEL HUEVO: Se trabajó sobre toda la campaña del Verdadero valor del huevo, la cual tuvo que postergarse debido a los bloqueos a causa del paro nacional, en donde FENAVI toma la decisión de postergar todas las actividades de fomento al consumo. Sin embargo, las piezas quedaron definidas y aprobadas y la campaña esta basaba en convocatoria para pintar huevos y poder subastar los mejores diseños, de aquí desplegamos varias piezas de comunicación como Kv´s con los pilares de comunicación, piezas para redes sociales, carruseles, avisos de prensa, comercial de TV, cuñas radiales haciendo presencia en un ecosistema 360 fuerte y con gran audiencia.

Adiconal a esto se produjo un comercial para TV

: https://omgww my.sharepoint.com/:v:/r/personal/lucia_gomez_geometry_com/Documents/FENAVI%20

%20GEOMETRY/VERDADERO%20VALOR%20DEL%20HUEVO/KV_TV_ElvalordelHuevo_V2.mp4?csf=1&web=1& vhA6R

W





DEFENDAMOS JUNTOS LA NUTRICIÓN: A causa del paro nacional y los bloqueos en las vías del país, se lanzó una campaña en Digital de #DejemosPasarLaComida y posterior a esto se lanzó la campaña “Defendamos Juntos la Nutrición de los Colombianos” en TV, Radio y Digital



LIBRO HUEVO EN LA MIRA 3.0: Se realizó arte final del libro de Huevo en la mira con los artículos aprobados con el equipo FENAVI y los autores para el lanzamiento de dicho documento.



DISEÑO DE NEWSLETTER: Se realizó el rediseño del newsletter Infohuevo para los profesionales de la salud con contenido sobre esta proteína y próximas actividades del programa huevo.



DÍA MUNDIAL DEL HUEVO: Se realizó el diseño de KV general y adaptaciones para cada una de las actividades así:

KEY VISUAL DÍA MUNDIAL DEL HUEVO

Con el objetivo de volver a retomar la actividad de El verdadero Valor del Huevo, se planteo una gráfica de transición que involucrar la campaña de defendamos la nutrición con esta actividad.



DÍA MUNDIAL DEL HUEVO ADAPTACIONES POR ACTIVIDADES



INVITACIÓN ALIANZAS

Desarrollo de las invitaciones para las alianzas que se unieron al DMH.



FONDOS VIRTUALES

Se trabajaron fondos virtuales para las comunicaciones online entre los expositores que participarán en las actividades del evento. En los diseños se manejó uno con el KV genérico y otro con los KV's de cada actividad variando el logo de Fenavi según la seccional.





RESULTADOS DMH:

RESULTADOS DÍA MUNDIAL DEL HUEVO

Esta pieza se realiza con el objetivo de presentar los grandes resultados obtenidos por la actividad realizada para el Día Mundial del Huevo



RESULTADOS CARRERA 5H

Presentamos, diseño, revisión y creación de texto, el objetivo de esta pieza es mostrar el consolidado de los resultados obtenidos en la carrera 5h en el marco del día mundial del huevo



RESULTADO LIBRO HUEVO EN LA MIRA

Diseño, diagramación y texto de pieza cuyo objetivo de evidenciar los resultados obtenidos del lanzamiento de nuestro libro huevo en la mira.



RESULTADO MARATON DE RECETAS

Diseñar, diagramación y ajuste de texto, esta pieza busca como finalidad presentar los resultados obtenidos por la actividad postulada, maratón de recetas



RESULTADOS SUBASTA

Diseño, diagramación y texto de pieza que busca como objetivo principal presentar los resultados obtenidos de la subasta



RESULTADOS ZUMBATON

Diseño, diagramación y texto de esta pieza la cual busca presentar los resultados obtenidos por el zumbatón



2. MEDIOS MASIVOS: RESUMEN DE INVERSIÓN MEDIOS MASIVOS – ENERO A DICIEMBRE 2021

De acuerdo al histórico en el 2021 logramos impactar a 10.892.820 personas en el target (personas 18+) logrando un alcance del 71%



Año	Target	Total Target	Alcance	# Personas impactadas
2019	Amas	8.253.550	70,70%	5.835.260
2020	Personas +18	15.342.000	64%	9.818.880
2021	Personas +18	15.342.000	71%	10.892.820

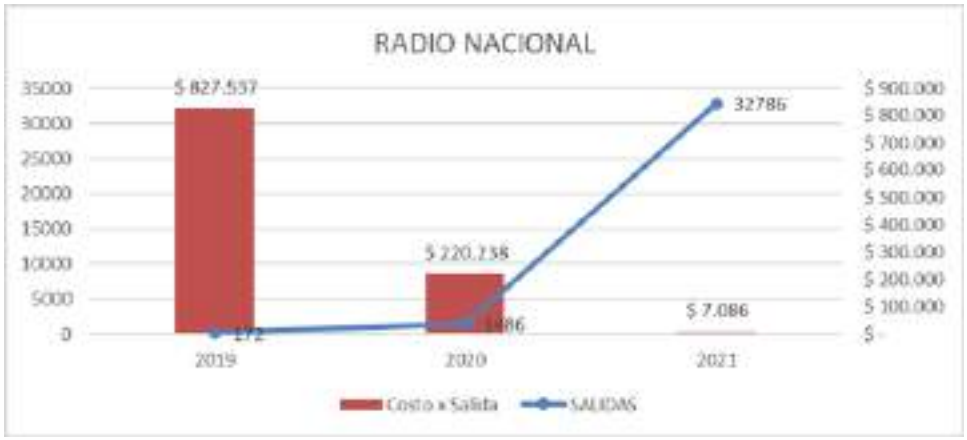
Para el 2021 negociando y ordenando directamente Televisión Nacional con RCN y CARACOL en comparación con los años anteriores logramos mantener el promedio de numero de salidas y el consto x TRP con los siguientes resultados



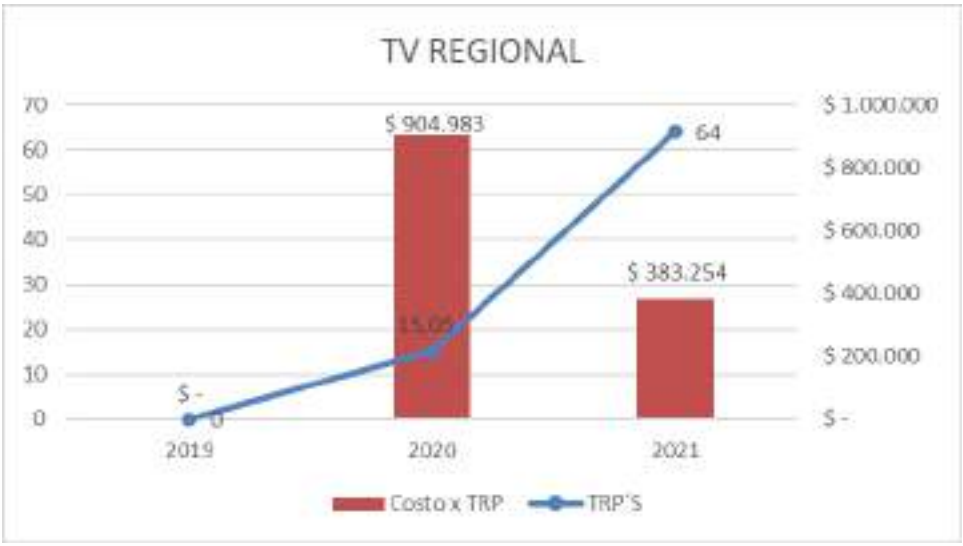
En TV por suscripción para el 2021 tuvimos presencia con Discovery en los canales Discovery Kids y Home and health Inicialmente se había estimado 340 salidas con un promedio de 50 TRP´S, sin embargo, durante la celebración del día mundial del huevo se hizo necesario ajustar el flow incluyendo referencias de 30 segundos, lo cual no estaba negociado en el flow contratado, por lo cual se reduce la cantidad de salidas. Aún así logramos disminuir el costo x salida que se venía manejando



Durante el 2021 se mantiene el aporte social con RCN Radio en la emisora Radio Uno en 29 ciudades con presentación de la hora 8par) y cuña de hasta 30 segundos y con Caracol Básica en diferentes secciones como 6am hoy por hoy, A vivir que son 2 días y la Luciernaga, con presentación de la sección y cuña de hasta 30 segundos. Adicional tuvimos presencia en radio regional y en Todelar en 8 partidos de la liga Bet Play.



Durante el 2021 tuvimos presencia en TV Regional puntualmente para la campaña “Mi Forma de Romperla” con los siguientes resultados:



A continuación, mostramos el resumen o ejecución en medios inicial Vs real a 31 de diciembre:

FLOW A CIERRE DE AÑO						
MEDIO	KPI	META	REAL	DIF	Costo x TRP	Costo x Salida
TV NACIONAL	TRPS	1.530	1.318	-212	$ 644.823	
	SALIDAS	565	536	-29		$ 1.585.711
	Inversión	849.941.031				
TV CABLE	SALIDAS	313	278	-35		$ 151.600
	Inversión	42.144.664				
RADIO NAL	SALIDAS	30.833	31.359	526		$ 412.483
	Inversión	216.965.988				
TV REGIONAL	SALIDAS	64	64	-		$ 383.254
	Inversión	24.528.280				
RADIO REG	SALIDAS	1.427	1.427	-		$ 10.753
	Inversión	$ 15.344.141				

Total inversión 2021	1.148.924.114

Es de resaltar que desde el 2020 el programa huevo tomo la decisión de ordenar los medios masivos de forma directa, esto ha permitido tener una conversación directa con los canales y las emisoras, permitiendo dos cosas fundamentales, optimizar el presupuesto y sensibilizar e involucrar a los canales con la estrategia del programa. Favoreciendo el fomento del consumo de huevo en el país. Esta ordenación directa ha venido cumpliendo los objetivos planteados con una optimización del 13.9% del 2020 al 2021.

MEDIO	TRPS o salidas 2021	Costo 2019	Costo 2020	Costo 2021	Neto Optimización	% Optimización
TV Nacional	1.318	$1.905.085.839	$928.177.441	$849.941.031	$78.236.410	8,4%
TV Cable	278	$114.941.368	$49.979.725	$42.144.664	$7.835.061	15,7%
Radio	32.786	$27.131.614.945	$327.280.747	$232.310.139	$94.970.608	29,0%
TOTAL		$29.151.642.152	$1.305.437.913	$1.124.395.834	$181.042.079	13,9%

3. MEDIOS DIGITALES: RESUMEN DE INVERSIÓN DIGITAL ENERO – DICIEMBRE 2021



Rubo	Q1	Q2	Q3	Q4	Total Año
Pauta digital de Marzo a Diciembre	8.599.500	10.237.500	6.552.000	15.561.000	40.950.000
Creación de contenidos digitales y canal de Youtube + Creación y administracion Sitio Web y Redes sociales+ Fee de agencia +Herramientas digitales (Link)	28.900.500	27.262.500	30.948.000	21.939.000	109.050.000
Total Trimestre	37.500.000	37.500.000	37.500.000	37.500.000	150.000.000

RESULTADOS E IMPACTO DIGITAL:

La agencia Keep fue la empresa seleccionada para manejar la cuenta digital del programa huevo durante el año 2021. Durante el primer semestre del año 2021 renovamos nuestra imagen y le brindamos un nuevo aire a nuestro concepto digital en comunicación, como estrategia inicial se generó una campaña en Social Media con el objetivo de identificar el **Top of Mind** de los consumidores y su relación con el Huevo.

De acuerdo con la táctica ejecutada se logró 3.438 interacciones, de las cuales 17 veces se encontró la palabra ENERGÍA, convirtiéndose el termino mejor posicionado en la mente de nuestros consumidores además identificamos la relación con los beneficios del huevo, experiencia y sabor. Los resultados obtenidos permitieron implementar una campaña de expectativa sobre la renovación de la imagen teniendo un alcance total de **281.434**.

En comparación del año anterior, resaltamos la serie de aprendizajes que nos permitieron llevar a otro nivel la marca, pues ante un año atípico nos permitió analizar y medir los diferentes

comportamientos en los activos digitales del programa, es por esto que para el año presente, elaboramos el cronograma del contenido anual.

En ese caso reforzamos nuestro activo principal de la marca, el sitio web, reforzando la experiencia del usuario optimizando el contenido y los cursos en nuestra sección de Huevopedia, es por esto que actualmente contamos con un promedio de permanencia en el sitio web de 3:15 minutos por usuario, además identificamos el tráfico de 84.386 usuarios nuevos en el periodo del 1 de febrero al 31 de marzo de 2021, en donde el 87.2% eran nuevos visitantes.

Por otra parte, nuestro segundo canal digital con más fuerza en el presente año es Instagram, pues logramos un alcance de 76.214 personas y un incremento de engagement total del trimestre de 3.23%. El total de seguidores fue de 16.131. Dentro de nuestros contenidos compartidos tuvimos un total de 66 post con alta interacción, innovación de contenido y formatos logrando un alcance orgánico de 34.381.Trabajamos en los siguientes pilares de comunicación en Instagram:

- **Campaña 12 Propósitos, 12 Huevos:** Logramos 176 Likes y 25 visitas al perfil, una cifra que nos permite deducir que nuestra audiencia tuvo afinidad con los temas propuestos de manera orgánica.
- **Campaña Regreso a Clases:** Exploramos REELS como un nuevo formato visual para manejar nuestra comunicación, en el cual, logramos 1.042 visualizaciones y 33 likes.
- **Campaña de Interacción:** Incluyendo contenido más atractivo y dinámico, basado en el objetivo se obtuvo una interacción de 7.709.

Nuestro tercer canal, es **YouTube**, obtuvimos un crecimiento de 263 nuevos suscriptores y 2.927, siendo **Rómpela Cocina Show**, contenido que genera visualizaciones contantes en el programa, adicionalmente se expandió la jornada de mañanas de salud EN VIVO, con el fin de monetizar el contenido de nuestro programa.

En **Facebook**, entre los meses de febrero y marzo tuvo un crecimiento de 2.541 nuevos seguidores en nuestra comunidad ubicando 101.090 seguidores totales en nuestra comunidad, posicionándonos de segundas en el ranking de optimización.

A nivel de campaña se generó alianza con FEDEPAPA incluyéndola en sección de recetas un llamado “Huevos buena papa” donde subimos las 3 preparaciones, incrementando en el mes de febrero 58 clics, en nuestras redes se obtuvo un alcance en la publicación de 4.012 y una interacción de 1.197.

Nuestro en vivo de mañanas de salud se expandió incluyendo la transmisión en nuestro canal de YOUTUBE, obteniendo el pico más alto que hemos logrado durante transmisión siendo de 233 visualizaciones, este LIVE nos permitió incrementar 12 subscriptores en el canal.

Durante el ***tercer trimestre del año*** el programa huevo retomó diferentes actividades que impulsaron la comunicación del programa después de la difícil situación durante el paro nacional. Dichas

actividades nos permitieron reforzar la estrategia de contenidos en los canales, las campañas de tendencias, o como de igual manera las actividades con los profesionales de la salud. Las actividades más relevantes son:

1. Mañanas de salud, una de las jornadas más actividades del programa enfocado a profesionales y aun manteniendo su frecuencia virtual.
2. Contenido de tendencia: Los juegos olímpicos, día del amor y la amistad.
3. Huevopedia: Apertura del curso Curso de nutrición básica y curso de Manipulación de Alimentos.

En huevopedia le dimos apertura al Curso Básico de Nutrición convirtiéndose en el prerrequisito para el nivel intermedio de nutrición para tener una amplia oferta académica, promoviendo un pilar fundamental de nuestro programa. Cada una de estas acciones permitieron que se incrementara en un 67% las sesiones del sitio web y un tráfico de más de 42,274 personas durante este trimestre, la tasa de rebote fue del 1.47% es decir un promedio de visita en el sitio web mayor a 30 seg.

Resaltando que **huevos.com.co** es el activo digital más importante del programa, pues mensualmente se ajusta la comunicación con las temáticas u objetivos de campaña que mantenga a los usuarios informados.

Por otra parte, las jornadas de mañanas de salud permitió a la audiencia aprender sobre los temas de salud y al mismo tiempo pensar en ese bienestar propio, el LIVE con mayor conectividad fue en les de Julio con el tema de cuídate y defendamos juntos la nutrición con más de 130 durante la trasmisión. Actualmente el contenido con más de 810 reproducciones en Facebook, durante en EN VIVO se obtuvieron más de 36 preguntas de los asistentes, generando una alta participación e interés por los temas relacionados con el cuidado renal, durante el trimestre se registró un alcance mayor a 4.547 personas.

Aprovechando la tendencia de los juegos olímpicos en digital, promovimos el consumo de huevo a través de los deportistas y las pruebas físicas de cada evento desarrollando toda la comunicación a través de 3 pilares:

1. El huevo como poder olímpico, recetas saludables.
2. Medalla de oro nutricional, Beneficios del huevo en el deporte.
3. El Poder del Huevo en Tokio 2020, Cubrimiento de los ganadores, más informativo.

En **Social Media** logramos un alcance orgánico más de 5.423 personas y una interacción mayor de 124, uniéndonos a la tendencia en redes sociales nos generó reforzar el engagement de nuestra audiencia.

Para el primer espacio de Hablemos CON nos representó un pico mayor a 166 personas durante la primera emisión, evidenciando que las personas tienen más interés de conectividad en horario de la noche, generando un diferencial a mañanas de salud.

En el ***cuarto trimestre*** el programa Huevo fortaleció en su aspecto digital la celebración de una fecha especial como es el Día Mundial del Huevo, dándole principal relevancia a esta conmemoración en todos sus activos digitales.

Durante este trimestre se buscó darle continuidad al tipo de contenido que se vino manejando durante todo el año, fidelizando a nuestra comunidad brindándole contenido de valor sin dejar a un lado las seasons transversales como Halloween y Cáncer de Seno.

1. Día Mundial del Huevo: se resaltó al huevo como un alimento cardioprotector, destacando todos sus beneficios para la salud.
2. Seasons: el contenido en estas actividades va dirigido a impactar públicos en específico.
3. Novenas más allá del cascarón: el último mes del año fue direccionado a resaltar la unión familiar a través de una actividad tradicional de diciembre como las novenas.
4. Huevopedia: en nuestro portal web se realizaron diferentes cursos que buscan informar sobre todos los beneficios y las características que tiene el huevo.

Para el **Día Mundial del Huevo** se realizaron actividades como el lanzamiento de huevo en la mira, ejecución que alcanzó los 2.606 conectados en simultáneo de ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Pasto. Así mismo, se descargaron 45 veces el libro publicado en nuestra página web, demostrando la gran acogida que tuvo esta publicación en nuestra audiencia.

Otra ejecución realizada fue la **Maratón de Recetas**, la cual sumó 1.722 conectadas y 12 comentarios en nuestro canal de Youtube, red social en donde se alojaron los 712.908 minutos de transmisión continua.

Durante los tres días de transmisión de la **Zumbatón** de Poder se recibieron 98 comentarios en vivo de las 1.277 personas conectadas en simultáneo con las clases. Una actividad de gran impacto fue la subasta del Verdadero Valor del huevo, donde recibimos 180 inscritos y 30 obras de participantes que fueron subastadas, lo cual nos significó en total 11.500 personas en nuestra página web.

Nuestra actividad central fue la **Carrera 5H por el corazón** en la cual se registraron 1.213 usuarios, completando un total de 146.967 kilómetros en total. Dicha ejecución reunió usuarios de Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla principalmente.

Otra gran actividad que realizamos en nuestros activos digitales fueron las **Novenas Más Allá del Cascarón**, las cuales se ejecutaron el 16 y 18 de diciembre en alianza con Tras La Perla y Academia Millonarios. Durante el despliegue de medios la fanpage en Facebook alcanzó a 584 mil cuentas y en Instagram se alcanzó a 21 mil cuentas. En total se impactaron a más de 219.000 personas en ambas novenas en todos nuestros activos digitales, siendo la campaña más fuerte del último mes del año.

Un activo que tuvo un gran despliegue fue nuestro **portal web**, lugar en donde se alojaron los diferentes cursos nombrados anteriormente. Gracias a estas iniciativas se registraron 156.000 visitas en la página de 45.717 usuarios, siendo el segundo semestre del año el más importante en este activo digital.

Finalmente, todas las ejecuciones nombradas y realizadas nos sirvieron para fidelizar a nuestra audiencia, obteniendo un **engagement rate en Facebook de 1.78% y en Instagram de 1.93%**.

Así mismo, obtuvimos un **alcance total en nuestro Facebook de más de 11 millones de personas, de las cuales 225.000 se dieron orgánicamente**.

4. LA LIGA SUPER CRACK

Objetivo:

Darle continuidad al canal digital de la Liga Súper Crack, teniendo en cuenta los resultados obtenidos durante el 2020, a través de la serie animada en la que se muestran los beneficios del huevo y mantener en el contenido la estrategia de comunicación de rómpela todos los días con el poder del huevo.

Para el 2021 se produjeron y lanzaron 18 capítulos para darle continuidad a la serie animada en su segunda temporada, la cual viene con nuevos héroes y villanos que le enseñaran a niños y adultos los beneficios de consumir huevo dentro de su alimentación. Adicional a esto podrán aprenden las vitaminas y minerales del huevo de una forma didáctica. Así mismo se produjo un comic.





La liga Super crack vive en su propio canal de YouTube, durante el 2021 este fue el cronograma de salidas con unos resultados de: Visualizaciones 312.863. Horas de reproducción 7.948.481 y Likes 2.672:

MES	LANZAMIENTO	NUEVO NÚMERO	TÍTULO	ACTUALIDAD / TENDENCIA
ABR	3 abril	EP01	LOS RADICALES LIBRES	Día de la Salud
	24 abril	EP02	EL PODER DEL NIÑO	Día del niño
JUL	24 julio	EP03	HUEVOS OLÍMPICOS	Juegos Olímpicos
	31 julio	EP04	DEMASIADO SPA CON MAMÁ	Día de la Amistad (30)
AGT	14 agosto	EP05	EL BUENO, EL MALO Y EL HUEVO	
	21 agosto	EP06	¡A BATIRLO!	Día del adulto mayor
	28 agosto	EP07	BAJO PRESIÓN	
SEPT	4 septiembre	EP08	FOSFORIGOL	Eliminatorias
	11 septiembre	EP09	LA EDAD DORADA	
	18 septiembre	EP10	GEN. Z VS. VITAMINA D	Día del Amor y la Amistad
	25 septiembre	EP11	LUZ DE SELENIO	
OCT	2 octubre	EP12	GUARDIANES DEL CORAZÓN	Día mundial del Huevo
	9 octubre	EP13	UNA SOLA RAZA, UNA MISMA YEMA	Día de la Raza
	23 octubre	EP14	PODER MENGUANTE	
	30 octubre	EP15	DE HUEVOS Y FANTASMAS	Día de los Muertos
NOV	6 noviembre	EP16	TRAP, HUEVOS & ROCK N' ROLL	
	13 noviembre	EP17	UNO PARA TODOS Y TODOS PARA UNO I	
	20 noviembre	EP18	UNO PARA TODOS Y TODOS PARA UNO II	Día Internacional del Niño

La Liga Súper Crack nace basado en tres motivaciones, la primera seguir en contacto con nuestro público infantil que tradicionalmente lo hacíamos de forma presencial, la segunda, estar donde los niños están hoy, son nativos digitales que buscan contenidos diferenciados y finalmente es necesario y vital seguir transmitiendo un mensaje sobre la importancia del huevo, su aporte a la nutrición, en sistema inmune, en el desarrollo físico y mental de los niños. Por estas tres razones el mejor camino es hablarles a los niños de forma directa en su lenguaje, con personajes que muestran los beneficios del huevo y con una historia divertida, llena de aventuras, nutrición y por supuesto de mucho poder

La Liga Súper Crack está dirigido a un público infantil y cuenta la historia de tres huevos adolescentes con súper poderes que –junto a su mentor– se embarcan en la misión de detener a un grupo de villanos que quieren atacar el equilibrio y la salud del universo. Fritta Yema, Lisa Cáscara y Albúmino Revuelto, son los protagonistas de La Liga Super Crack y viven en Alimentia, un mundo compuesto por varias ciudades y pueblos (Gourmetrópolis, Ciudad Cocina, Eggville), donde las personas son alimentos y productos de consumo. La serie fue desarrollada en conjunto con Venturia Animation Studios, un estudio colombiano que ha trabajado con empresas de la talla de Discovery Kids, Netflix, HBO, y Google.

5 datos para no olvidar de la liga súper crack

1. Cada uno de nuestro cuatro súperhuevos representa un beneficio y una preparación del huevo diferente:

- Fritta se convierte en Videretta. Representa la luteína, pues tiene una súper visión.
- Lisa se convierte en Kataliz. Representa las vitaminas, pues tiene un escudo protector.
- Albúmino se convierte en Proteo. Representa las proteínas, pues tiene súper fuerza.
- Lúcido se convierte en Master Lecto. Representa la colina, pues tiene una mente ágil y súper concentración.

2. Toda la serie, desde el guión hasta la música original y el diseño de marca, es hecha 100% en Colombia por Venturia Animation Studios para FENAVI - FONAV.

3. La Liga Súper Crack se llama así, pues para que los huevos se conviertan en súper héroes deben primero “hacer crack”.

4. El mayordomo de Lúcido Huevo se llama Alfreído Grasso. Es una tira de tocino fino.

5. La Liga Súper Crack combate al Escuadrón Tóxico. Una serie de villanos que intentan sabotear la armonía y el balance natural de Ciudad Cocina.

5. RÓMPELA COCINA SHOW: para el 2021 continuamos con el canal digital de cocina donde el huevo es el protagonista.



- Buscamos que Rómpela cocina show, se convierta en una de las vitrinas principales para los chefs y amantes de la cocina del país.
- Nuestro nuevo presentador es Carlos Calero, muy reconocido y carismático.
- Capsula #1: Presentación de invitado
- Capsula #2: Entrevista a Invitado y listado de ingredientes.
- Capitulo: Elaboración de la receta. (Interacción Chef y presentador)
- Se mantiene el formato Talk Show.

El contenido vive en YouTube. Las capsulas se lanzan en la plataforma los días miércoles y viernes y los capítulos tienen lanzamiento los domingos 11:00 AM.

Este programa está dirigido a todo público, cada uno de los invitados y las recetas responde a cada uno de estos, todos enmarcados en resaltar los sabores de Colombia donde el huevo es el protagonista.

A 31 de Diciembre se realizaron las producciones de 24 recetas así:

Nombre	Receta	Ocasión
Laura Gomez	Shakshuka	Desayuno
Juan Diego Correa	Canastilla Texmex	Cena
Andrea Mor	Tortilla de huevo y papa criolla	Desayuno
Carolina Espinal	Brownies	Postre
Juan Chef	Cacerola de huevos fritos con papa y espinaca	Desayuno
José Serrano	Huevos a la Villaroy	Snack
Juanes Sánchez	Huevos en Baguette	Desayuno
Laura Varela	Cheesecake de frutos rojos	Postre
Catalina Echeverry Cárdenas	Huevos al nido en berenjena	Almuerzo
Sebastian Piratova	Ensalada griega con huevo	Almuerzo
Nicolás Rojas Sanchez	Tortilla de huevo y almendras	Cena
Hector Fabio Cardona Campuzano	Crepes de huevo y vegetales	Cena
Pedro Alberto Morales Aponte	Huevos a la Turca	Desayuno
María Cristina Vargas	Quiche Lorraine	Cena
Laura Alejandra Mojica	Muffin Genoves 3 Leches	Snack
Cristian Rincon	Tagliatelle All'uovo en salsa Carbonara	Almuerzo
Pedro Alberto Morales Aponte	Quiche de Huevo y platano	Snack
Gina Marcela Acosta Herrera	Tian de huevo con verduras	Almuerzo
Carmen Alicia Sanabria	Spring Roll con Hilos de Huevos	Snack
Daniel Sánchez Alvis	Croque Madame Sandwich	Desayuno
Camilo Ribon	Ramen	Almuerzo
Natalia Barco Castaño	Patacones Rotos	Snack
Camila Sorzano	Cazuela de Huevos a la Italiana	Desayuno
Federico Bernal Parodi	Brazo de Reina	Postre

6. LA IMPORTANCIA DEL HUEVO Y SU IMPACTO EN LA NUTRICIÓN:

En esta sección del informe revisaremos todas las iniciativas relacionadas la divulgación y construcción de la importancia del huevo y su impacto en la nutrición, entre los cuales están Profesionales de la salud (Entidades científicas - Artículos- Material científico, Congresos Médicos-convenios. Capacitación Profesionales de la Salud); Formación y actualización de contenidos (Actividades entidades públicas o privadas (Acodres, cotelco, banco de alimentos, ICBF) Alianza y Formación SENA, Jornadas técnicas y actividades y Capacitación a productores en temas administrativo, innovación, mercadeo. Divulgación de actividades, finalmente Revista avicultores. A continuación, encontramos los resultados de cada una de las iniciativas.

1. Alianzas medicas: Realización de alianzas con las siguientes entidades de salud, con el fin de tener un mayor impacto hacia los profesionales de salud:

- Asociación Colombiana de Nutrición Clínica. ACNC.
- Centro Colombiano de Nutrición Integral. CECNI.
- Asociación Colombiana de Cirugía Vascular y Angiología.
- Sociedad Colombiana de Pediatría. SCP.
- Fundación Colombiana del Corazón. FCC.

2. Participación en Congresos con Profesionales de Salud:

No.	ENTIDAD	MES	ASISTENTES
1	ASOVASCULAR	Marzo	1085
2	ACNC	Mayo	4800
3	Sociedad Colombiana de Pediatria	Junio	2835
TOTAL			**8720**

3. Participación en charlas a profesionales de salud con Entidades Públicas y Privadas:

FECHA	CHARLA	CONFERENCISTA	ASISTENTES	VISUALIZACIONES
16 de abril	Impacto de la actividad física y el ejercicio en la prevención de la obesidad	M.D. Deportista Javier Gutiérrez	242	
10 de mayo	Nutrientes del Huevo que le dan poder a la mujer	N.D. Claudia Angarita	120	9.400

27 de Oct	Huevo, sus estrategias para mejorar su consumo.	N.D. Claudia Angarita.	108	794
TOTAL			**470**	**10.194**

4. Mañanas de Salud: espacio para compartir contenidos interesantes, novedosos y de gran importancia para tu salud y Nutrición. Se realiza el primer viernes de cada mes. Invitamos expertos de diferentes disciplinas**.** Espacio para compartir contenidos interesantes, novedosos y de gran importancia para tu salud y Nutrición, los resultados hasta la fecha son:

FECHA	TEMA TRATADO	CONFERENCISTAS	ASISTENTES	VISUALIZACIONES
5-mar	Menopausia	MD. Ginecólogo - Mauricio Rojas	50	288
		ND. Clínica - Claudia Angarita		
9-abr	Embarazo y Lactancia	M.D. Ginecobstetra Hernando Matiz	80	698
		N.D. ANAVIP Anabel Hernández		
9-jul	Enfermedad Renal Crónica	M.D. Nefrólogo - Hildebrando Leguizamón	133	125
		N.D. Clínica - Liliana Cuervo		
6 - Agos	El huevo y tu sistema Cardiovascular	M.D. Asovascular. Mónica Monsalve	148	154
		N.D. Sandra Yulieth Pérez		
3-sep	Nutrición en la edad dorada	M.D. Sandra Milena Caicedo	45	434
		N.D. Claudia Contreras		
8-oct	Huevo alimento Cardioprotector	M.D. Cardiólogo Rafael Campo Torrenegra	22	3778
		N.D. Leany Blandón		

5-nov	Como influye el consumo de huevo en el cuidado del corazón	M.D. Vascular Jorge Felipe Tobar		
		N.D. Kelly Tovar Peña		
TOTAL			**478**	**5477**

5. ***Hablemos con…..*** Espacio de conversación con los profesionales de salud, para hablar sobre la importancia del huevo en los diferentes momentos de consumo:

CONVERSATORIO	FECHA	Personas Conectadas	Visualizaciones
El huevo en la alimentación del adulto mayor	25-ago	86	372
Huevo y vitamina D: alimento y nutriente fundamental en la salud de la mujer adulta.	22-sep	76	480
El huevo en la cocina de la casa: beneficios nutricionales y culinarios.	20-oct	32	119
Beneficios de incluir en el desayuno el Huevo.	24-nov	25	179
TOTAL		**219**	**1150**

6. ***Línea Dorada:*** nutrición y prevención para la edad dorada. Es una línea exclusiva y premium de atención para los adultos mayores: Ofrecemos acompañamiento telefónico ilimitado a nuestros adultos mayores en la seguridad de sus hogares. Dentro de los objetivos están:

- Brindar información nutricional enfocada al **bienestar del Adulto Mayor,** entendiendo sus hábitos nutricionales y ofreciendo opciones que mejoren su bienestar y el de su familia con el huevo cómo protagonista.
- **Asesoría profesional** de un equipo de nutricionista dedicadas a asistir al adulto mayor o a su acudiente.
- Difundir la **importancia** de incluir el **huevo** en las preparaciones para fortalecer el sistema inmunológico y prevenir la adquisición de enfermedades, rompiendo mitos sobre su consumo y culturizando sobre sus propiedades.
- Ofrecer **acompañamiento ilimitado** a nuestros adultos mayores en la seguridad de sus hogares.
- Se difunde la importancia de incluir el huevo en las preparaciones para fortalecer el sistema inmunológico y prevenir algunas enfermedades, rompiendo mitos sobre su consumo y resaltando sus beneficios nutricionales.

Adicional este programa nos permite tener un tamizaje nutricional de los adultos mayores en Colombia.

Dentro de los resultados que se han obtenido hasta ahora se pueden resaltar los siguientes:

MES	ASESORIA EFECTIVA	BIENVENIDA LINEA DORADA	TOTAL LLAMADAS
Abril	249	125	2252
Mayo	210	106	1638
Junio	169	130	1329
Julio	285	112	1782
Agosto	2303	357	174
Septiembre	1527	314	106
Octubre	2286	389	350
Noviembre	2321	346	392
Diciembre	2383	339	459
TOTAL	**11733**	**2093**	**6230**

7. Estudio y Aval del Huevo como "Alimento Cardioprotector".
Para lograr el Aval, se realizaron las siguientes actividades:

- Recolección interna de la información y documentación
- Entrega de la documentación de la empresa productora a FENAVI
- Entrega de la documentación de FENAVI a la Fundación Colombiana del Corazón (FCC)
- Reunión de para la presentación de la producción
- Devolución de conceptos por parte de la FCC, observaciones y seguimientos
- Revisión de uso de sellos y afirmaciones en el etiquetado

Una vez realizado este proceso la Fundación Colombiana del Corazón, nos entrego el siguiente concepto:

El alimento contiene diferentes bondades para la prevención cardiovascular según los artículos revisados: Se recomienda entregar EL USO DE LA RECOMENDACIÓN DE LA FUNDACIÓN COLOMBIANA DEL CORAZÓN, ya que los nutrientes relacionados anteriormente, se encuentran en cantidades que representan la calidad de cardioprotección para el ser humano.

- Se realizaron 60 recetas con el huevo como ingrediente principal, cardio protectoras.
- Se participo en el Diplomado en Nutrición Cardiovascular.

8. Lanzamiento de Huevo en la Mira 3,0:

Lanzamiento del tercer libro de "Huevo en la Mira 3,0", en donde se recopilan artículos de diferentes profesionales de salud sobre la evidencia científica del huevo, su consumo y sus beneficios.

El objetivo de esta publicación es brindar a los profesionales de salud, información actualizada del Huevo que puedan poner en práctica y que ayude a fomentar el consumo con todo el conocimiento de los beneficios del producto.

En esta edición tenemos el libro de forma virtual para que los usuarios lo puedan bajar a través de los siguientes links:

1. https://es.scribd.com/document/528722934/Huevo-en-La-Mira-3-0-3
2. https://issuu.com/keepagenciasas/docs/huevo_en_la_mira_3.0_3
3. https://www.slideshare.net/KeepAgencia1/huevo-en-la-mira-30

En forma impresa se entregó a la base de datos de la Asociación Colombiana de Endocrinologia, ACE, Asociación Colombiana de Nutrición Clinica ACNC, Centro Colombiano de Nutrición Integral, Asovascular, ICBF, ACOFAEN.

9. Entidades Públicas y Privadas: en este apartado mostraremos las diferentes actividades realizadas con las entidades, tanto alianzas como formación recurrente



a. <u>ICBF</u>:

- Reunión con el director de convenios y con la directora de nutrición para coordinar actividades a desarrollar entre las cuales están: asistencia a mañanas de salud, desarrollo de material para lactancia materna y actividades de capacitación.
- Elaboración documento: Lo que debemos saber de la lactancia materna y la transición hacia la alimentación complementaria
- Grabación y transmisión de la entrevista de la directora de Nutrición para el Día Mundial del Huevo, en el espacio de “Historias que la rompen”.
- Entrega y emisión de la segunda temporada de la Liga Super Crack, para los espacios de los niños del ICBF.
- Entrega de material científico para las nutricionistas del ICBF y para los programas que manejan con madres.
-

b. <u>SENA</u>:

- Convenio con el SENA, para realizar las siguientes actividades:
- Participación en la mesa sectorial de procesamiento de alimentos.
- Evaluar desarrollo de diplomado de gastronomía de forma conjunta.
- Participación de docentes del programa de gastronomía en Rómpela Cocina Show.
- Grabación y transmisión de la entrevista con el subdirector Centro Nacional de Hotelería Turismo y Alimentos, para el Día Mundial del Huevo, en el espacio de “Historias que la rompen”.

c. <u>Bancos de Alimentos: ABACO:</u>

- Participación en la mesa de sinergia de calidad.
- Realización de los Perfiles Higiénico Sanitarios de los bancos asignados a FENAVI: Pasto, Neiva, Ibagué, Villavicencio.
- Realización de capacitaciones a los bancos de alimentos de acuerdo al cronograma establecido en la mesa de sinergia.
- Grabación y transmisión de la entrevista con el director, para el Día Mundial del Huevo, en el espacio de “Historias que la rompen”.

d. <u>Academia de Futbol Millonarios:</u>

- Jornada “Día del niño”: El sábado 24 de abril se llevó a cabo de forma virtual y con transmisión en vivo por las redes sociales de ElPoderDelHuevo, de Millonarios y de Fedepapa se desarrolló la jornada de celebración del día del niño, en la que participaron 8 niños de la academia Azul & Blanco Millonarios con el Cheff Samuel Pastelerito, preparando una deliciosa receta con Huevo y Papa. A los niños que participaron se les hizo la entrega de los insumos o ingredientes para la receta y un kit que incluía delantal de cocina. El promedio de visualizaciones ese día fue de 780.







- Grabación y entrega de video “Pausa Activa” para Mañanas de Salud.
- Revisión y aprobación de 30 Tips de deporte y nutrición para publicación en RRSS durante el segundo semestre del año (textos anexos)
- Aprobación y publicación de piezas gráficas “Tips de deporte y nutrición” para publicación en las redes sociales de la Academia. (1 pieza cada lunes)













- Publicación de Post “Cumpleaños # 75 del equipo de futbol profesional Millonarios



Alcance



Visitas al perfil

- Entrega de 128 fotografías en alta resolución de los jugadores de Millonarios durante los partidos de la Final de la Liga BetPlay Dimayor, como insumo para diseño de post



- Publicación de los 18 capítulos de La Liga Super Crak



- Publicación de piezas, convocatoria para celebración del Dia Mundial del Huevo (Zumbatón)



- Nuestra Academia participo en la celebración del inicio de la novena, junto al equipo de FENAVI y los Rolling ruanas una experiencia acogedora y de integración para nuestras familias embajadoras. Los deportistas, de la Academia que participaron en el torneo nacional realizaron una actividad en el desayuno orientados en reconocer los beneficios del huevo.







Las mejores publicaciones:

Publicación	Estado de la publica...	Fecha	Me gusta
¡Una experiencia inolvidable! 😄🏆⚽.. MFC Academia	Publicada	27/12/2021 11:23	266
Nuestros deportistas desayunan con to.. MFC Academia	Publicada	17/12/2021 16:15	358
Para no perderte nuestras #NovenasMá.. MFC Academia	Publicada	17/12/2021 18:01	48
El huevo es un alimento esencial a la ho.. MFC Academia	Publicada	16/11/2021 12:06	47

e. <u>Fundación Gratitud:</u>

Durante el primer semestre del año se planeó y dio inicio la campaña denominada “El Verdadero Valor del Huevo” en alianza con la Fundación Gratitud de Fonseca, la cual buscaba lanzar una convocatoria artística para reconocer el verdadero valor del Huevo.

Por ello, Fenavi en alianza con la Fundación Gratitud, la fundación del cantante Fonseca, extendió una invitación a los colombianos para que participar en esta gran convocatoria para hacer parte de la obra artística el verdadero valor del Huevo. La superficie de inspiración será la de este noble y valioso alimento: el Huevo. Invitamos a que los colombianos activen su creatividad artística utilizando el huevo como el lienzo donde se dibujará la obra de arte.

Esta campaña se realiza conjuntamente entre Fenavi y la Fundación Gratitud como un esfuerzo para recordarle a los colombianos que es tan importante la salud nutricional como la salud emocional de las personas. El Verdadero Valor del Huevo se pone al servicio del arte para brindarnos un bienestar físico y también emocional en estos días en los que necesitamos cuidarnos entre todos



Dada la situación que el País enfrentó durante el paro Nacional del primer semestre del 2021, el programa huevo decidido postergar esta actividad. La cual se ejecutó en el cuarto trimestre en el marco de la celebración del Día Mundial del Huevo con los siguientes resultados:



PARTICIPACIÓN

Durante todo el proceso de convocatoria y gestión por parte de Fenavi en la búsqueda de participantes en esta acción, se lograron un total de 180 obras registradas de manera correcta dentro de la plataforma alojada en www.fuerwis.com.co

En este web site las personas debían registrarse consignando sus datos personales y adjuntando una foto de su obra.

Semanas antes de la hora cero para tomarse que realizar la selección, durante el proceso de telemercadeo que se les hizo a los inscritos, se evidenció que las personas en su gran mayoría, no habían tenido la precaución de retirar el contenido del huevo antes de pintar sus obras.

Debíamos garantizar la premisa de que el arte debe perdurar en el tiempo y para cumplir con esta premisa, se realizo una pieza de comunicación que lo aclararía.

En esta fase se definió que se subastarían en un total 30 piezas.

En la segunda fase del telemercadeo realizado, se evidenció que, de las 180 piezas inscritas, 34 piezas cumplían con el requisito de tener las cáscaras de los huevos sin contenido. **<u>“180 piezas presentadas 34 cumpliendo parámetros 30 piezas a elegir”</u>**



SELECCIÓN Y CURADURÍA

Contando con el apoyo de la Casa Museo Gilau, su directora y equipo de trabajo, procedimos a la realización de la selección y curaduría de las 30 posibles obras a subastar.

El proceso conjunto se realizó el 3 de octubre y se eligieron las obras a través de la observación de las fotografías enviadas por cada uno de los participantes, ya que solo hasta el momento de su elección, se le notificó a quienes nos habían compartido las fotografías de sus obras que había sido seleccionado.

Superbid se vinculó como aliado y nos facilitó su plataforma para poder llevar estas obras de arte sus manos de sus compradores. Todo el recaudo, Superbid lo canalizó a la Fundación Gratitud.

LOS RESULTADOS

Llegada la fecha de la subasta, se contó con la participación activa de más de 50 permanentes en la conexión y una audiencia flotante de más de 100 personas a lo largo de las 2 horas de la transmisión en vivo.

Esta fase del evento contó con la presencia de Carlos Calero como presentador y la presencia activa del equipo de Fenavi, Fundación Gratitud, Superbid y Bee Group.

Durante el evento se logró la venta de todas las obras ofrecidas en los lotes de la subasta logrando un recaudo de más de tres millones de pesos.

Se culminó el proceso de cobro y certificación de donación por parte de Superbid con cada uno de los compradores

Se culminó los despachos de las obras con destino a cada uno de sus compradores.



Algunos de los medios que hablaron acerca de la subasta







Durante en segundo semestre del 2021 se realizaron las siguientes actividades en el marco de la alianza FENAVI-FUNDACIÖN GRATITUD

ACTIVIDADES PREVIAS AL DÍA MUNDIAL DEL HUEVO

1. Taller ‘Huevos artísticos’ Pintura

Con el ánimo de impulsar la participación de personas en El Verdadero Valor del Huevo se realizó este tutorial de pintura. Video que explica tres técnicas diversas de pintar un huevo de cara a la participación de personas en la subasta de El Verdadero Valor del Huevo.

Este tutorial nos recuerda la versatilidad que tiene el huevo, pues también es un excelente lienzo para plasmar ideas creativas sobre su Cáscara. A la vez permite encontrar actividades que pueden realizarse en familia con elementos de fácil consecución



2. Entrenamientos “activando nuestro sistema cardioprotector”

Activaciones desde la respiración y movimiento consciente dirigido por Alejandra Pabón para preparar a los participantes de la Carrera 5H.

La respiración y el movimiento consciente nos ayudan a fortalecer el sistema cardiovascular gracias a la relación sana entre aire y cuerpo. Se realizaron tres activaciones de 20 minutos cada una. Los videos fueron transmitidos a través del canal de Youtube de El Poder del Huevo y por el Facebook de la Fundación Gratitud.

Publicado en Facebook
25 de septiembre



Publicado en Youtube
29 de septiembre



Publicado en Facebook
26 de septiembre



Publicado en Youtube
03 de octubre



Publicado en Facebook
28 de septiembre



Publicado en Youtube
10 de octubre



Impacto generado con las actividades previas al DMH



ACTIVIDADES DÍA MUNDIAL DEL HUEVO

1. Acompañamiento décimas musicales al día mundial del huevo (Cierre de la jornada mañana)

Como cierre de la jornada de la mañana del día mundial del huevo se mostraron unas décimas musicales a cargo de Kate Quiñones y Don Gu.

Su poesía de 10 versos con acompañamiento de percusión que hablan acerca de los beneficios cardioprotectores que tiene el huevo en su consumo frecuente.

La riqueza cultural del pacífico la demuestran estas décimas que narran en parte el uso que se le da en el pacífico al huevo, como por ejemplo en un plato llamado Pusandao'

El arte y la buena alimentación son la suma perfecta para fortalecer nuestro sistema cardio protector.



Las decimas

Buenos días para todos
Buenos días como están
Ahorita acabo de llegar
Ay ahorita acabo de llegar (bis)
Hay la Tunda y don Gu han venido a declamar
Ay ahorita acabo de llegar
Las maravillas del huevo le' venimo' a presentar
Ahorita acabo de llegar
Ay ahorita acabo de llegar (bis)

La gallina esta poniendo
Y se escucha el gallo cantando (bis)
Ay kakarekeando
La gallina ay kakarekeando (bis)
Gallina kakarakea
Y ya la aurora está rayando (bis)
La gente despierta y van preparando un huevo perico la gente desayunando
Ay desayunando, Ay desayunando,
Ay desayunando el huevo desayunando (bis)
cumplió años mi comadre
y la torta están preparando
ay bate que bate, ay bate que bate los huevos están echando
ay le están echando (bis)

De un alimento especial
Con contundencia me atrevo
A contar las maravillas
Y propiedades del huevo

El germen de la gallina
Donde salen los pollitos
Fuente amplia de nutrientes
Y además de sabor rico
Yema, clara y cascarón
Con estructura ovalada
Cáscara blanca, rosada
Roja, azulita o café
Sea cual sea su color
Comer huevo es un placer.

El huevo es una potencia
Para la salud mental
El triptófano equilibra
El ánimo y bienestar
Salud física estimula
Con múltiples vitaminas
Más sodio, hierro, tiamina
Niacina, folato, calcio
El huevo es la berraquera
Con zinc, fósforo y potasio

No, que carajo! Es que el huevo
Más allá de lo sabroso
Amigo es de la salud
Y eso lo hace prodigioso
La hipertensión arterial
Y obesidad disminuye
Las cataratas destruye
Bien pa'l ojo y corazón
Pa'males como diabetes
El huevo hace prevención

Las proteínas del huevo
Después de la leche humana
El cuerpo bien la aprovecha
Por ser completa y muy sana
No contiene conservantes,
Colorantes, ni aditivos
Porque es muy nutritivo
De los pies a la cabeza
Por eso el huevo es
Fuente de muchas riquezas

2. Compartiendo el huevo con gratitud (Activación con premio)



Durante el día mundial del huevo se anunció esta actividad, para ganar, debían cumplir las tres condiciones:

1. Tomar fotografía de desayuno con al menos 2 huevos
2. Enviar fotografía a número de Whatsapp indicado
3. Incluir un mensaje de gratitud

Los ganadores recibieron una notificación de haber estado dentro de las 30 primeras personas





Las personas ganadoras recibieron posteriormente las siguientes indicaciones



Entre el 11 y 12 de octubre los ganadores recibieron el mensaje de texto y confirmación vía llamada con el código a redimir



Todos los ganadores han recibido con éxito su código

3. Fonseca en el marco del Día Mundial del Huevo

3.1 Grabación de audio Fonseca para comercial en TV y Digital

Audio disponible

Del 1 de octubre al 08 de octubre de 2021	Derechos de uso de 1 minuto de grabación de voz a cargo de Fonseca que acompañará cuña radial (máximo de 30 seg) y pauta televisiva (máximo de 10 seg) que invita a la celebración del día mundial del huevo

3.2 Saludo de Fonseca en el marco del inicio de la celebración del día mundial del huevo sumado al agradecimiento por la alianza generada entre Fenavi y la Fundación Gratitud para generar bienestar emocional y físico.



3.3 Cierre musical de Fonseca Día Mundial del huevo

Al finalizar el día mundial del huevo, Fonseca acompañó con una presentación musical y un caluroso saludo a la familia de Fenavi , haciendo un especial énfasis en la Gratitud y en el bienestar como los puntos de encuentro de ambas organizaciones (15 min)



Repertorio

Saludo inicial
♪Tu 1ero ♪
Contexto alianza
♪ Simples Corazones ♪
Contexto Subasta
♪ 2005 ♪
Agradecimiento Fenavi
♪ Vine a buscarte ♪

f. Fundación Tas la Perla

Dando seguimiento a la alianza de trabajo entre Tras la Perla y FENAVI especialmente a la propuesta presentada con el fin de complementar y fortalecer la oferta en valoración, nutrición y formación que venía en marcha, se adelantaron las acciones que beneficiaron a diferentes grupos poblacionales y de interés, como se relaciona a continuación:

Fortalecimiento de la comunidad de emprendedores de la ciudad de Santa Marta y especialmente del barrio Pescaíto, fortaleciendo sus capacidades a partir de procesos de formación en nutrición y manejo de alimentos. Esta actividad se realizó de forma virtual, en la que participaron más de 20 emprendedores que trabajan en temas de gastronomía típica local, lo que les brindó herramientas para participar en ferias y eventos locales, presentando sus productos en condiciones de calidad y competitividad, mejorando así sus ingresos y calidad de vida. Uno de dichos eventos fue la feria “Días de Pescaíto”, en el que dichos emprendedores contaron con un stand ofertando sus productos de la manera adecuada, cumpliendo con los requisitos y protocolos previstos por la secretaria de salud, y brindando a los visitantes una experiencia única





Actividad alrededor de los contenidos de la Liga SuperCrack: En el mes de diciembre en la Casa de los Pescaítos se convocaron alrededor de 50 niños y niñas del barrio para que a través de los materiales y componentes del programa Liga Super Crack, conocieran sobre el poder del huevo. La actividad contó con el acompañamiento de Fenavi, así como con la entrega de materiales (kit de Tula, delantal de cocina, comic de la liga super crak) relativos al programa que se les entregaron a los niños participantes.






Se realizaron las siguientes actividades:

- Dar a conocer los beneficios y bondades del huevo a través de 18 episodios de la serie animada denominada “la liga super crack”, en su segunda temporada. Entre los principales mensajes conocer los poderes de la Colina, de las vitaminas y de todos los nutrientes que tiene el huevo cuando lo consumimos con regularidad.
- Después de cada episodio preguntar el mensaje y reforzarlo con ejemplos del día a día.
- Enseñar y recalcar el canal de youtube “La Liga Super Crack” para que los niños conozcan los capítulos de primera temporada y nos sigan para conocer los nuevos episodios.
- Reforzar el mensaje de consumo de mínimo 2 huevos por persona al día.
- Entregar a cada niño un kit que contiene “tula, comic, delantal y bolsa de tela” con los personajes de la liga super crack y con la campaña rómpela todos los días con el poder del huevo.
- Toma de fotografías como evidencia de la ejecución de la actividad.
- Dentro de los comentarios de los niños sobre la actividad realizada, “los niños encuentran en los capítulos muchos mensajes buenos del huevo de forma divertida ya que los personajes son amigables y bonitos”, “les gustaría ver a la liga super crack en televisión o en Netflix”, “les gustaría tener a los personajes de la serie”.

Por otro lado, desde Tras la Perla se cumplió con los objetivos propuestos, entregando cinco canciones pregrabadas de Carlos Vives para uso exclusivo de FENAVI en sus actividades de cierre de año. Este material hizo parte de los contenidos de la transmisión de las novenas navideñas

convocadas por FENAVI. Así mismo se entregó un saludo en video de Carlos Vives, invitando a los aliados de FENAVI participar en este espacio, material que fue compartido además en los diferentes canales de Tras la Perla para alcanzar el mayor número de seguidores.





Concierto Privado para cierre de novenas con mucho poder:

https://vimeo.com/654795395
Contraseña: tlp_live

AREA DE INFLUENCIA O POBLACION BENEFICIADA: AVICULTURA COLOMBIANA

IMPACTO Y CONCLUSIONES:

Con las diferentes actividades que se desarrollan dirigidas especialmente a los consumidores finales, se logra fomentar el consumo del producto, a través de profesionales de salud con evidencia científica, capacitación a la comunidad sobre aspectos de inocuidad, nutricionales del huevo, creación de alianzas con entidades y fundaciones para trabajar en pro del fomento al consumo del huevo desde diferentes aspectos y la participación en diferentes campañas que han contribuido al fomento del consumo y a garantizar una información seria y confiable en los diferentes públicos.

C. MERCADO MUNDIAL

RESULTADOS:

1. Participación en el 6to Seminario Internacional de Mercadeo de Huevos, organizado por el Instituto Latinoamericano del Huevo y la Asociación Colombiana de Avicultura, el cual se realizó en modalidad virtual el 10 de marzo; en donde se trataron los siguientes temas:
    - "Tendencias del mercado del huevo en Europa". Dra. María del Mar Fernández.
    - "Cómo aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado". Dr. Alejandro Romero.
    - "Descomoditizar categoria del huevo". Dr. Juan Felipe Montoya.
2. Realización de asesoría técnica experto Mexicano:
   Contratar al Dr. Juan Serratos, para asesorar y ayudar en la implementar una "Guía para el trabajo de reactivación de la económica de la salud avícola" dirigida a pequeñas, medianas y grandes empresas avícolas a nivel nacional y así ofrecer a los avicultores herramientas, soluciones, recomendaciones, y así mismo realizar consultorías puntuales, que puedan aplicar al interior de sus compañías con el ánimo de sobrellevar esta situación de emergencia sanitaria y poder reducir las pedidas que actualmente se vienen presentando, así mismo brindar diferentes opciones de manejo de aves, como desplume, optimización en el manejo del alimento para las aves y manejo de rotación de personal, entre otras que puedan implementar en las empresas más afectadas y que les permita mejorar sus procesos para poder sobrellevar estas situaciones por las que están atravesando actualmente

3. Participación en el LPN, en la Ciudad de Miami, en donde se contó con una muestra comercial de los principales proveedores de la industria avícola internacional, en donde se realizaron contactos y se afianzaron lazos de gran interés para el sector, así mismo se realizaron charlas en donde se trataron los siguientes temas de interés, dentro de las cuales se pueden mencionar las siguientes:
    - Tendencias en producción de huevo y bienestar animal.
    - Alternativas para alojar a las gallinas ponedoras, lo que debemos saber
    - Importancia del calcio en las ponedoras.
    - Recomendaciones sobre la importancia de la fibra en la dieta en aves en crecimiento

3. SEGUIMIENTO EN FRONTERA Y LUCHA CONTRA LA INFORMALIDAD.

OBJETIVO GENERAL:

Trabajar con las diferentes entidades de control de las zonas fronterizas y con el personal de apoyo para el planteamiento de estrategias encaminadas a controlar y prevenir el contrabando de huevo y gallina en las diferentes zonas fronterizas del país.

VIGENCIA: ENERO A DICIEMBRE DE 2021

RESULTADOS:

Las actividades realizadas a la fecha son las siguientes:

- Desarrollo de curso de actualización normativa en la industria avícola, el cual comprende los siguientes temas:
    - Aspectos normativos en producción primaria, enfermedades de control oficial, y requisitos de las granjas bioseguras.
    - Aspectos normativos, de inocuidad y de manejo de pollo.
    - Aspectos normativos, de inocuidad, calidad y de manejo de huevo y ovoproductos.
- Grabación del curso y desarrollo de material soporte para los profesionales de la DIAN y la POLFA que va a tomar el curso, el cual ya se encuentra disponible en la plataforma E-lerning de Huevopedia.
- Reunión con la POLFA, para desarrollar el curso a nivel nacional para todo el personal de la DIAN y POLFA que realizan actividades de control en frontera especialmente.
- Apoyo técnico a los funcionarios de las secretarias de Salud Departamental y Municipal en los requisitos del producto.
- Contratación de Observador para realizar actividades de prevención de contrabando, participación en las mesas de trabajo con las entidades, organizar actividades de capacitación a funcionarios de la DIAN y la POLFA.
- Realización de mesa de trabajo con los productores de la zona, para dar a conocer las actividades que se realizaron por parte de FENAVI- FONAV en los diferentes programas, así como escuchar sus necesidades y coordinar actividades a desarrollar.
- Reunión presencial Secretaria de Salud Ipiales - presentación de la labor a realizar y exponer preocupaciones del gremio frente a las competencias de esta entidad
- Reunión Policia de Carabineros Nariño y Reunión virtual presentación con la directora ejecutiva de FENAVI regional Valle - Nariño
- Trabajo de campo ciudad de Pasto, huevo y Pollo

DESARROLLO Y ESTADO ACTUAL:

Con las actividades descritas se hace seguimiento detallados de esta zona del país, están restringidos los viajes por la pandemia, la ejecución se hace de forma virtual

Capacitación en normatividad sanitaria, características y manejos adecuado del producto a las autoridades de control de la zona.

Trabajo conjunto con autoridades sanitarias, aduaneras y de control en constante comunicación

AREA DE INFLUENCIA O POBLACION BENEFICIADA: AVICULTURA COLOMBIANA

IMPACTO Y CONCLUSIONES:

Las actividades que se desarrollan en las zonas de frontera, ayudan a prevenir y evitan la proliferación de mayores cantidades de contrabando de productos avícolas, así mismo es importante dar continuidad a las actividades que se realizan de forma conjunta con las Autoridades Sanitarias y Aduaneras de las zonas y capacitar de forma permanente a los funcionarios en temas de legislación en la Industria Avícola y en manejo adecuado de los productos.

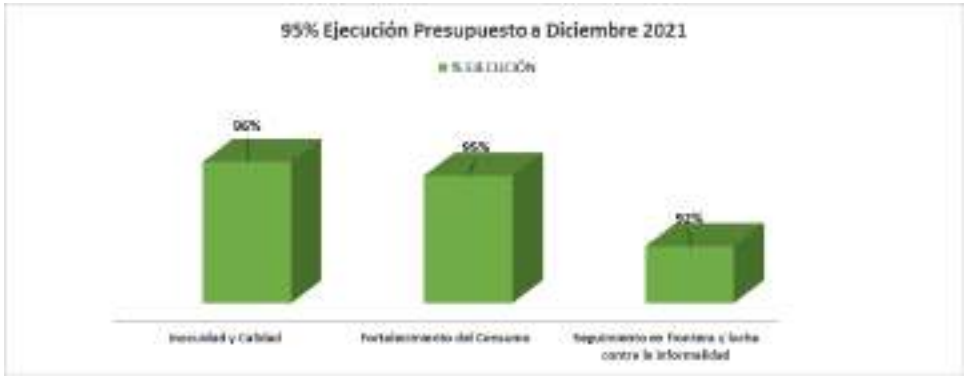
INDICADORES DE GESTION

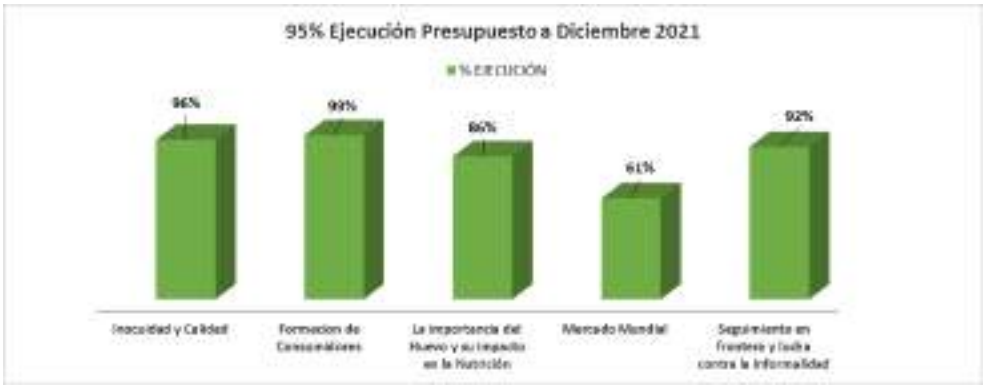
1. Ejecución Presupuestal enero a diciembre 2021:





El indicador de ejecución presupuestal durante el 2021 fue de 95% lográndose el nivel de cumplimiento del mismo; y se ejecutó el total del presupuesto solicitado. Para el año 2022 queda un superávit de $202.928.986 el cual será solicitado y sumado al presupuesto una vez lo autorice la junta.





El detalle de ejecución y no ejecución es el siguiente:

INOCUIDAD Y CALIDAD

Ejecución:

- Continuidad Contratación Coordinadora y/o Ingeniera de Alimentos del programa Huevo
- Continuidad e implementación del plan de Bienestar Animal a través de voceros validadores, con un mensaje unificado de "Un solo bienestar". (Alexander Barajas, Buho Media SAS y otros temas de Bienestar Animal "Marshall")
- Servicio de telefonía del trimestre de la Coordinadora y/o ingeniera de alimentos del programa huevo
- Fortalecimiento, mantenimiento y retroalimentación de la plataforma e- learning Huevopedia así como el desarrollo de contenidos. (impresión de material HUEVOPEDIA)
- Realizar seguimiento ante el Ministerio de Salud y Protección Social, temas normativos que impacten al sub-sector de huevo y ovoproductos.
- Prestar asistencia técnica presencial y virtual a las empresas de huevo en cáscara y de ovoproductos, así como el fortalecimiento del canal de comunicación "Café con Clau" como mecanismo de asistencia técnica virtual.
- Hacer seguimiento al plan de intervención en las plantas de ovoproductos de forma conjunta con el INVIMA.
- Organización y ejecución de una mesa de trabajo y desarrollo de huevinars con las empresas de ovoproductos de forma trimestral.
- Desarrollo del contenido de Curso Online sobre Microorganismos indicadores y alteradores en la industria de Huevo en Cascara.
- Desarrollar del contenido curso de FOOD DEFENSE Y FOOD FRAUD
- Curso retiro del producto y pasteurización
- Realización de Asesoría Sobre Salmonella En Huevo En Cascara con la Universidad Javeriana

No Ejecución:

- Realizar jornadas de actualización presencial y virtual en las diferentes zonas avícolas a productores medianos y pequeños con el fin de actualizar en temas sanitarios, normativos y nutriciones de huevo y ovoproductos a personal técnico y operativo de las empresas productoras de huevo.
- Coordinar y ejecutar capacitaciones, convenios y proyectos con diferentes entidades públicas y privadas y consumidor final dada la situación actual del país.

FORTALECIMIENTO DEL CONSUMO

Ejecución:

- Continuidad contrato con Agencia de Creatividad - Geometry Global
- Continuidad contrato con Agencia Digital - Keep
- Continuidad contrato con Red de Datos - Asistencia nutricional adulto mayor
- Continuidad contrato con Venturia Animation (Producción capítulos 2da etapa Liga super crack)
- Continuidad contrato con Conexión Teatral "Rómpela cocina show" el canal de cocina digital con dos capítulos semanales, donde participaran celebridades y chef regionales resaltando los sabores de Colombia.
- Renovación de derechos de imagen y Voz de Caterine Ibarguen para comerciales de TV.
- Envío de Cartas IEX y servicio de mensajería.
- Contratación pauta publicitaria en TV Nacional y TV por Cable (Caracol TV, RCN, Discovery, Disney, entre otros)

- Contratación pauta publicitaria en RADIO (Caracol radio, RCN radio, Todelar, Radio Regional)
- Cambio a cierre de 2 comerciales de TV, renovación de derechos de imagen y codificación.
- Producción de material promocional fomento al consumo de huevo
- Ejecución actividades celebración Dia del Niño (virtual)
- Estrategia de comunicación #DejanosPasar (Mensajes de texto masivos, producción de comerciales, grabación de cuñas radiales, codificación de piezas, musicalización)
- Producción videos de recetas con Huevo para Digital y TV
- Contrato con la ASOCIACION COLOMBIANA DE NUTRICION CLINICA - ACNC
- Contrato con el Centro Colombiano de Nutrición Integral - CECNI
- Envío documentos y material fomento al consumo a nivel nacional
- Lanzamiento Mañanas de Salud. (Contratación conferencista en temas de salud)
- Participación en actividades con la Fundación de Cardiología
- Desarrollo del Centro de Innovación del Huevo INA
- Jornada de capacitaciones y actualizaciones en temas de huevo, mercadeo, presupuesto
- Publicación y pauta revista AVICULTORES y LA REPUBLICA
- Alianzas con Tras la perla, Fundación Gratitud, Fundación Kala, hogares geriátricos, Prosperidad social, y conversaciones con otras.
- Difusión de mensajes a través de la academia de formación de Millonarios
- Conceptualización y desarrollo de curso en temas de exportación, innovación y comercialización del huevo a nivel internacional
- Planeación y ejecución de actividades de fomento al consumo del huevo y jornadas de capacitación y formación con el SENA
- Lanzamiento e impresión del Libro Huevo en la mira versión 3,0 dirigido a profesionales de la salud
- Contratación e inicio estudio de Hábitos y Usos para las categorías Huevo y Pollo
- Planeación y ejecución de celebración del Día Mundial del Huevo de forma virtual.
- Realización de novenas navideñas virtuales para fomentar el consumo de huevo en los hogares y reforzar mensajes de consumo.

No Ejecución:

- Debido a la diferencia en la Tasa de Cambio, se estimaba un mayor valor por la participación del seminario internacional.
- Optimización de recursos en las negociaciones con los profesionales de la salud.
- Debido a la situación de orden pública del país se postergaron muchas de las actividades de fomento al consumo, como los son eventos virtuales, talleres, cursos, seminarios por lo cual no se logró ejecutar al 100% los recursos destinados a profesionales de salud.

SEGUIMIENTO EN FRONTERA Y LUCHA CONTRA LA INFORMALIDAD

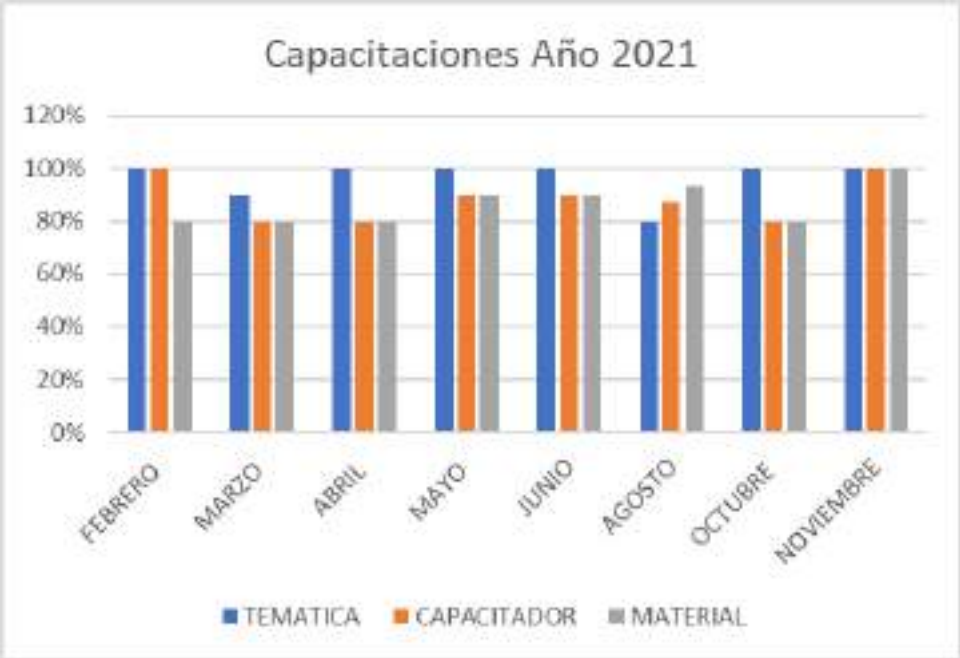
Ejecución:

- Inició contrato con la empresa Pensiero para tener una persona 100% dedicada a la zona fronteriza para los programas huevo y pollo y atender todos los requerimientos de contrabando, mesas de trabajo, maratones, observador, precios, etc.
- Continuidad del curso de formación para entidades policivas y aduaneras, así como el envío de material como apoyo al curso con la DIAN y la POLFA en temas de reusó de bandejas e ilegalidad del producto

No Ejecución:

- Se proyectó dar inicio del contrato de frontera en el mes de julio, sin embargo, por demoras administrativas del contrato y pólizas, este inicio en el mes de agosto.

2. Percepción del cliente en cuanto a la información entregada - Capacitaciones



En este indicador evalúa la percepción de las capacitaciones en los siguientes aspectos: Temática, capacitador y material entregado. Durante el año 2021, se realizaron 14 capacitaciones y han participado 4299 personas, arrojando los siguientes indicadores en cada una de las temáticas:

Temática: Durante el año se obtuvo un promedio en este aspecto de 96%, siendo un muy buen indicador, ya que se cuentan con diferentes públicos objetivos que van desde el productor, personal granja, profesionales de las entidades de salud como Invima y secretarias de Salud y consumidores finales. Se percibe que los temas tratados son de gran interés para los públicos que se impactan y se logra dar a conocer la industria avícola colombiana, desmitificar el producto y dar a conocer todos los beneficios que tiene nuestro producto y la forma adecuada de manejarlo.

Capacitador: El promedio obtenido para los capacitadores fue de 88%, durante las actividades realizadas en el primer semestre, un buen promedio que permite evidenciar que el capacitador tiene los conceptos claros y los da a conocer de forma correcta.

Material: El material fue valorado en con un porcentaje promedio de 87%, lo cual da a entender que los participantes valoran el material que se les entrega ya que sirve de soporte de los conceptos aprendidos y nos ayuda también a reforzar las campañas de fomento de consumo en donde se elabora y entrega material, sin embargo, debido a la pandemia y que las actividades son virtuales, la entrega de material se ha visto afectada.

Los promedios obtenidos en los 3 aspectos evaluados son 90% un porcentaje muy positivo y sobrepasan pasan la meta mínima establecida que es de 85%.

3. Indicador: Impacto y/o recortdación de la campaña publicitaria



La recordación general de la campaña para el 2021 fue del 83.7% aumenta Vs el 2020 en 1,7 puntos porcentuales. Sin embargo, se evidencia una disminución en la respuesta afirmativa de recordación de forma espontánea para el año 2021, disminuyendo 4.5% respecto 2020.

Dentro del mismo estudio se encuentran datos relevantes que se muestra a continuación comparando las categorías:



- ✓ Para 2021 la categoría huevo se encuentra en un tercer orden de recordación únicamente superada por las categorías gaseosas o refrescos y leche. Pasa de un 24,% reportado en el 2020 a un 19,5% reportado para 2021. También vemos un cambio notorio en las categorías arroz, pollo y pasta.
- ✓ Evidenciamos un aumento en la recordación de la categoría huevo en televisión de 86% a 92% en 2021 respecto a 2020, también vemos un aumento en todos los medios evaluados menos en internet, donde se evidencia una leve disminución de 13% a 7%. Por su parte la disminución tan notoria en vallas e impresos en parte se debe a que estos medios salieron del foco de comunicación de la estrategia para el año 2021

Las conclusiones generales de las evaluaciones dentro del estudio holístico de la campaña:

- ♦ **Televisión:** Se evaluaron 6 piezas comerciales (Caterine o Deportista, niño, DMH, El verdadero valor del huevo, Defendamos la nutrición y Picadito de recetas). Catherine Ibarguen es el personaje más reconocido, aunque sufre una leve baja de recordación en 4,9%. En general, la campaña genera recordación en aspectos relacionados con el incentivo al consumo de huevo y con sus características nutricionales y beneficios. También vemos algunos resultados relacionados con la difusión de recetas con huevo (41,7% Vs el 37% en el 2020)

Ref Caterine o Deportista: Tanto en ayudado como en total, la recordación más valorada fue "El huevo es la proteína más completa". De forma espontánea, la audiencia relaciona la exposición con el huevo cómo el alimento con la proteína más completa en el mensaje principal, seguido de "me ayuda con el desgaste muscular" (3,3% esp) y me invita a consumir dos huevos al día (2,9% ESP).

Ref Niño: De forma espontánea., la recordación de la pieza se centra en el estímulo del desarrollo de los niños. (5,4%). Total + Ayudado se concentran en las propiedades nutricionales del huevo. Ayudado, muestra una preferencia leve por "Contiene colina".

Ref Defendamos la Nutrición: El mensaje más recordado en la exposición de esta pieza es "El huevo es indispensable para la alimentación de mi familia con un 15,7% ESP + IND. De forma espontánea, el mejor valorado fue "defendamos la nutrición". (4,1%)

Ref DMH: El mensaje más recordado en la exposición de esta pieza es "Celebración del día mundial del huevo con un 18,2% ESP + IND. De forma espontánea, la misma respuesta. (11,4%) Se podría decir que para el 32.8 % total fue claro el mensaje de la celebración del Día Mundial del Huevo.

Ref El verdadero Valor del Huevo: El mensaje más recordado en la exposición de esta pieza es "Celebración del día mundial del huevo" con un 14,5% ESP + IND. De forma espontánea, "concurso del verdadero valor del huevo. (8,7%)

Ref Picadito de Recetas: El mensaje más recordado en la exposición de esta pieza es "El huevo me ofrece variedad de recetas" con un 28,9% ESP + IND. De forma espontánea, la misma respuesta. (14,1%)

- **Radio:** En general la recordación centra las respuestas en la Federación Nacional de Avicultores y en el incentivo de consumir huevos todos los días (19,1%) Vs el 2020 que fue del 9%. Para el 2021 se evaluaron 4 cuñas (Defendamos la nutrición, El verdadero valor del huevo, bandejas, DMH)

Ref Defendamos la Nutrición: La recordación más valorada de esta pieza es "Es muy importante siempre tener huevo en casa" 16,6%. Seguido de, "el huevo es indispensable para la alimentación de mi familia" (14,2%). Esta pieza cuenta con una recordación general de 16,6%.

Ref El verdadero Valor del Huevo: Se identifican de parte de la audiencia dos mensajes principales: 1. Celebración del DMH (23,5%). 2. Invitación al concurso (23,4%). En total referimos 171 respuestas de 45 personas encuestadas.

Ref Bandejas: Este es la cuña de radio con el mensaje más concreto. 75,3% de las personas que recuerdan haber escucha esta cuña la asocian con "Debo destruir las bandejas de los huevos" (75,3%).

Ref DMH: 45 oyentes recuerdan esta cuña después de escucharla, la asocian a la celebración del día mundial del huevo

- **Internet:** Se evidencia una disminución en la recordación para las exposiciones consideradas dentro de la categoría internet respecto 2020. (-3,2%). El 7,4% identifica "recetas con huevo en estas publicaciones". Otro 7,1% identifica publicaciones en internet de la "Marca 1".

Pag Web de recordación: YouTube es identificado cómo el medio de mayor consumo en internet de campaña s relacionadas con la categoría (17,1%) ESP..Tanto Avicultores.com.co cómo Huevos.com.co se reconocen significativamente cuando la respuesta es inducida (11,9 y 13,8%) respectivamente

Home Avicultores: De forma espontánea, se reconoce "El poder del huevo" cómo principal mensaje de la publicación. (5,8%). Seguido de Tips y recomendaciones relacionadas con el huevo. De forma inducida se empiezan a identificar contenidos relacionados con información dirigida a avicultores y productore de huevo. (11,4%).

Huevos.com: El fomento al consumo de huevo en el hogar es la principal recordación de este home, recetas novedosas y tips para alimentarse con huevo son algunas de las ideas valoradas por la audiencia al revisar el home actualizado para el año 2021.

- **Redes Sociales:** Respecto 2020, se evidencia un aumento significativo en la recordación de publicaciones en redes sociales. (+ 13%). Las redes en las cuales más se interactúa con publicaciones de la categoría son YouTube (42,0%) y Facebook (37,2%). El huevo es la recordación más mencionada 32,4%

Este estudio muestra el excelente desempeño de la campaña.

PROGRAMA SOSTENIBILIDAD

INFORME DE GESTIÓN

ENERO – DICIEMBRE 2021

OBJETIVO GENERAL:

Desarrollar estrategias y herramientas que orienten y capaciten a los avicultores hacia una producción sostenible para que la avicultura sea reconocida como una actividad comprometida en temas ambientales, sociales y económicos y con el cumplimiento de la normatividad ambiental vigente.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROYECTO:

1. Desarrollar las actividades y herramientas que permitan reforzar la participación del sector en los espacios de concertación local y regional de los instrumentos de ordenamiento territorial con el fin de visibilizar la importancia de la avicultura en los territorios y en materia de seguridad alimentaria en el país.

2. Realizar estudios de investigación encaminados a la generación de datos e información de utilidad para el sector avícola como sustento para la toma de decisiones, formulación de estrategias que permitan la mitigación de posibles impactos ambientales y valorización de los residuos. Además de generar un canal eficaz de transferencia de conocimiento a los avicultores a través de herramientas y material de divulgación con el fin de fortalecer las capacidades de los productores en temas ambientales y de sostenibilidad.

3. Promover el desarrollo de producciones avícolas sostenibles a partir de la generación de una cultura ambiental y de autogestión encaminada al cumplimiento de la normativa vigente, que integre y garantice el equilibrio en sistemas productivos, económicamente viables, ambientalmente racionales y socialmente responsables en armonía con los grupos de interés a través de la asistencia y asesoría técnica a los productores y formación a los actores involucrados en la cadena avícola en temas ambientales y de Sostenibilidad .

4. Fortalecimiento y articulación gremial a través de mesa sectorial con entidades relacionadas con el sector y apoyo en convenios de producción más limpia o agendas sectoriales con las CAR y otras entidades en las regiones, que permitan desarrollar líneas de trabajo, en aras de dar cumplimiento a políticas nacionales en materia ambiental aplicables a la industria avícola y de Sostenibilidad.

VIGENCIA: Enero a diciembre de 2021

ACTIVIDADES PROGRAMADAS

- 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 y zonificación avícola.

- Asesorías y recomendaciones frente a certificados del uso del suelo.
- Realizar estudios de investigación aplicables al sector avícola.
- Desarrollar herramientas y material de divulgación con el fin de fortalecer las capacidades de los productores en temas ambientales y de sostenibilidad.
- Contratación de profesionales y gastos de movilización en campo para el acompañamiento, asistencia técnica y formación de empresas y productores avícolas en temas ambientales y de Sostenibilidad.
- Realizar actividades que identifique y promueva el cumplimiento normativo por parte de las empresas y productores avícolas.
- Realizar actividades relacionadas con las líneas de acción del programa enfocadas en la asesoría y el desarrollo de recomendaciones puntuales para el mejoramiento de la producción avícola cada vez más sostenible.
- Participar en eventos y en visitas técnicas que permitan conocer avances en temas ambientales y de sostenibilidad.
- Desarrollar espacios de formación técnica para empresas y productores avícolas hacia una producción avícola sostenible.
- Articulación y acompañamiento con otras instituciones para el desarrollo de actividades, estrategias y alianzas que promuevan la producción avícola sostenible del país.

PROYECTO 1: ORDENAMIENTO PRODUCTIVO Y TERRITORIAL

A. ESTRATEGIA: LA AVICULTURA EN EL ORDENAMIENTO TERRITORIAL

FENAVI-FONAV, desde el Programa de Sostenibilidad, consciente de la compleja situación que hoy atraviesa la industria avícola en el Ordenamiento Territorial tanto en los Planes de Ordenamiento Territorial como en los POMCAS y con el fin de trabajar para garantizar la permanencia, visibilizar la importancia de la actividad avícola dentro de los territorios y proteger aquellas zonas estratégicas con un fuerte potencial avícola, viene desarrollando una serie de actividades enmarcadas dentro de una estrategia para acompañar, asesorar y empoderar a los productores en temas de ordenamiento territorial.

El desarrollo de esta estrategia nace no solo con la finalidad de apoyar a los avicultores con información para sentarse a discutir en estos espacios de concertación sino también como una iniciativa para mitigar los posibles riesgos de conflicto que se pueden presentar a futuro en los territorios.

La estrategia está conformada por cuatro líneas: representación, asesoría, transferencia de conocimiento y análisis y revisión de información.

Estrategia en Ordenamiento Territorial



- En los espacios de **Representación Sectorial,** se contempla la participación en reuniones en los municipios con los actores involucrados en el Ordenamiento Territorial. Estos espacios incluyen concertación de los Planes de Ordenamiento Territorial, POMCAS, frontera agropecuaria o zonificaciones.

- Como parte de la **Asesoría,** el Programa de Sostenibilidad realiza recomendaciones sobre conceptos de uso de suelo y/o ubicación en predios en donde opera o para el establecimiento de unidades productivas futuras. Además de estudios y conceptos técnicos en temáticas en OT, determinantes ambientales y Frontera Agrícola, cuando es solicitado por los avicultores.

- Como parte de la **Transferencia de Conocimiento** se desarrolla material de divulgación y herramientas en temas relacionados con el Ordenamiento Territorial y otros documentos y cifras publicados en la página maps.fenavi.org.

- En **Análisis y Revisión de información** se realiza monitoreo constante a nuevas determinantes ambientales que pueden limitar o tener algún impacto en la producción avícola en los territorios. Así como también el desarrollo de análisis geográficos desde ArcGis sobre temas específicos con base en información generada por autoridades ambientales y el mapa de zonas aptas para la avicultura trabajado con la UPRA.

DESARROLLO Y ESTADO ACTUAL

- **Asesoría**

  En 2021 se realizaron y socializaron 13 informes de recomendaciones frente al concepto uso del suelo, el POT y las determinantes ambientales en las siguientes regiones:

Departamento	Municipio	Empresa	# unidades productivas
SANTANDER	Curití	Independiente	1
	Curití	Distraves	1
	Lebrija	Colaves	1
ANTIOQUIA	Rionegro	Independiente	1
TOLIMA	Guamo	Colhuevos	1
	Armero	Santiagro	1
VALLE DEL CAUCA	Guacarí	Independiente	1
SUCRE	Los Palmitos	Independiente	1
CUNDINAMARCA	Ubaque	Los Cámbulos	7
	Viotá	Inversiones La carne	1
	Fusagasugá	Cambulos	1
	Caparrapí	Cambulos	1
HUILA	Palermo	CoviHuila	1

- **Representación sectorial**

  - **POT BOGOTÁ**

    - Análisis de incidencia al sector avícola (granjas y plantas de beneficio) de la propuesta del plan de ordenamiento territorial de Bogotá (2021).
    - Participación en el comité intergremial de Bogotá en conjunto con la seccional de Bogotá con el fin de construcción de comentarios remitidos a la secretaria de planeación de Bogotá en el marco de la fase de participación ciudadana de construcción del POT.
    - Representación del gremio en espacios de participación ciudadana (reuniones con secretaria de ambiente y planeación y participación en cabildo abierto).
    - Reuniones con concejales dando a conocer las propuestas y necesidades del gremio avícola frente al POT.

  - **POT FUSAGASUGÁ**

    - Análisis de incidencia al sector avícola (granjas y plantas de beneficio) de la propuesta del POT.
    - Representación del gremio en espacios de participación ciudadana.

- Participación en mesa de trabajo de cámara de comercio y empresas del municipio.

- **POT BARRANCABERMEJA**
  - Representación del gremio en espacios de participación ciudadana.

- **POT TOTA**

  - Construcción del perfil territorial avícola de TOTA.
  - Representación del gremio en espacios de participación ciudadana.

- **POT TIBASOSA**

  - Construcción del perfil territorial avícola de Tibasosa
  - Representación del gremio en espacios de participación ciudadana

- **OTROS ESPACIOS**

✓ Mesa Técnica Pacto por el Sector Carne con MinAgricultura y MinVivienda con enfoque en la seguridad jurídica en suelo rural agropecuario (actualización suelo rural decreto 1077 de 2019).
✓ Mesa Técnica Dirección de Bosques-Ley 2/97- SAC-CVC
✓ Participación en la Mesa Agroclimática IDEAM-MinAgricultura
✓ Participación en mesas del Gobierno frente a bloqueos en vías por el Paro Nacional.

➢ **Transferencia de conocimiento**

✓ Actualización con datos de producción 2020 en los Perfiles Territoriales por departamentos y municipios con importancia avícola (publicados en la página maps.fenavi.org). La generación de mapas se realiza a través de la herramienta de Arcgis.
✓ Actualización constante a seccionales y productores frente el estado actual de vías.
✓ Canal de transferencia de información de los productores al Gobierno Nacional frente a la situación y los bloqueos en las vías.

✓ **Otros**
- Análisis de número de contagios por COVID y muertes en municipios avícolas.

✓ Revisión y actualización de determinantes ambientales
✓ Revisión y actualización de base de datos de granjas y plantas avícolas.
✓ Seguimiento a vías bloqueadas por Paro Nacional
✓ Revisión e identificación de vías principales para el sector avícola

Área de Influencia o Población Beneficiada: Productores de los departamentos avícolas del país.

PROYECTO 2: INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA

2.1 Investigación

Se realiza la ejecución de convenios y/o contratos con instituciones educativas, y demás instituciones interesadas en desarrollo de investigación y desarrollo en temas ambientales y de Sostenibilidad para el sector.

DESARROLLO Y ESTADO ACTUAL

En 2021 se realizaron tres proyectos de investigación. 1, a continuación, se relacionan los proyectos:

2.1.1. Investigación

1. Aprovechamiento de cascara de huevo para la obtención de coproductos de valor agregado

1. Entidad
Grupo Interdisciplinario de Estudios Moleculares - GIEM
2. Título del Proyecto
Aprovechamiento de cascara de huevo para la obtención de coproductos de valor agregado FASE II
3. Modalidad
Contrato de investigación aplicada
4. Objetivo
Aprovechar la Cascara de huevo para la obtención de co-productos de valor agregado (Acido Hialuronato, Carbonato de Calcio, Hidroxiapatita, Citrato de Calcio, Nitrato de Calcio entre otros) a partir de las fracciones orgánica e inorgánica.
5. Resultados
A continuación se describe de manera general los resultados obtenidos en la segunda fase del proyecto de aprovechamiento de cascara de huevo para intención de 8 coproductos, Aminoácidos y péptidos, Ácido hialurónico, Oxido de calcio (grado alimentario E529), Hidróxido de calcio (E526), Citrato de calcio, Hidroxiapatita, Nitrato de calcio y Matriz soporte para fertilizantes y metales pesados: 1. Ajustes al protocolo de lavado y separación de la cascara de huevo en 6 lotes de producción a escala de 200 kg. 2. Determinación del potencial de rendimiento de acuerdo con los resultados del procesamiento de los lotes y tiempos de proceso

Aminoácidos y péptidos: Rendimientos obtenidos a partir de la membrana de cascara de huevo

Rendimiento de la reacción (%)	Desviación estándar	Tiempo de proceso(min)	Cantidad Procesada
76,6	0,7	435	500 gr

ÁCIDO HIALURÓNICO: Hidrólisis enzimática para la extracción de ácido hialurónico de la membrana de cascara de huevo			
Valor medio del rendimiento (%)	**Desviación estándar**	**Tiempo (min)**	**Cantidad Procesada**
5,8	1,0	480	100 gr
OXIDO DE CALCIO: Rendimientos obtenidos a partir de la cascara recibida			
Rendimiento estequiométrico del oxido de calcio (%)	**Desviación estándar**	**Tiempo (min)**	**Cantidad Procesada**
93,41	0,003	660	1 kg
HIDRÓXIDO DE CALCIO: Obtención de hidróxido de calcio a partir del oxido de calcio			
Porcentaje de hidróxido de calcio obtenido (%)	**Desviación estándar**	**Tiempo (min)**	**Cantidad Procesada**
232,7	2,1	5040	Tiempos de proceso en la preparación de oxido de calcio a partir de cascara de huevo
CITRATO DE CALCIO: partir de cascara de huevo por cada lote			
Rendimiento estequiométrico del citrato de calcio (%)	**Desviación estándar**	**Tiempo (min)**	**Cantidad Procesada**
87,2	9,2	2640	Tiempos de proceso en la síntesis de citato de calcio a partir de cascara de huevo por cada lote
HIDROXIAPATITA: partir de cascara de huevo por cada lote			
Rendimiento estequiométrico de la hidroxiapatita (%)	**Desviación estándar**	**Tiempo (min)**	**Cantidad Procesada**
85,2	4,9	2730	Tiempos de proceso en la síntesis de Hidroxiapatita a partir de cascara de huevo por cada lote de 10 Kg
NITRATO DE CALCIO: a partir de cascara de huevo			
Rendimiento estequiométrico del Nitrato de calcio (%)	**Desviación estándar**	**Tiempo (min)**	**Cantidad Procesada**

87,2	9,2	510	Tiempos de proceso en la síntesis del nitrato de calcio a partir de cascara de huevo por cada lote de 10 Kg
MATRIZ SOPORTE PARA FERTILIZANTES Y METALES PESADOS: Cascara de huevo limpia a partir de la cascara recibida y Cascara de huevo sin membrana.			
Rendimiento de cascara y membrana a partir del material limpio obtenido (%)	**Desviación estándar**	**Tiempo (min)**	**Cantidad Procesada**
45,71 97,17	0,26 0,004	4780	Tiempos de proceso en la preparación de cascara de huevo salida de la planta por cada lote

3. Fichas técnicas de los 8 coproductos con el siguiente contenido:

   - Nombre de producto
   - Análisis fisicoquímico
   - Estabilidad y reactividad
   - Información toxicológica

4. Costos asociados a la producción

Dentro del proceso de producción se estimaron principalmente los costos de la materia prima, personal, equipos, instalaciones, servicios para realizar cada uno de los coproductos, estos varían de acuerdo con el volumen a procesar.

5. Para cada coproducto se entregó la revisión de posibles mercados donde se pueden comercializar con:

   - Producto
   - Aplicación
   - Mercado
   - Proveedor de producto comercial
   -

CONCLUSIONES

1. En el ensayo de escalado de los 6 lotes de 200 kg de cascara de huevo, se determinaron las siguientes premisas operativas:

• El fluido aprovechable del material residual corresponde a un porcentaje muy significativo del peso y que en promedio puede representar el 46.1% del peso original del material.

• El diseño de un sistema receptor del material en la planta de ovoproductos es fundamental para maximizar el rendimiento del sistema de aprovechamiento y para ello se presenta un prototipo general.

2. El diseño de flujo general indica que los coproductos se obtienen de forma excluyente. Esto es: La producción de hidróxido de calcio limita la producción de hidroxiapatita. Por tanto, es muy importante definir las prioridades de producción con base en requerimientos técnicos y condiciones de mercado.

3. Si bien la conclusión anterior se aplica para el caso de los productos de la fracción inorgánica. La fracción orgánica opera como un sistema en paralelo y por tanto no está limitada a la selección de productos finales de proceso.
4. Las indagaciones sobre el mercado permiten establecer un potencial importante para la comercialización de los coproductos a partir de la cascara de huevo.

2. Caracterización fisicoquímica de la gallinaza/pollinaza generada en el sector avícola colombiano.

1. Entidad
NA. El proyecto lo desarrollara el Programa de Sostenibilidad de FENAVI
2. Título del Proyecto
Caracterización fisicoquímica y determinación del inventario de la Gallinaza/Pollinaza generada en el sector avícola colombiano
3. Modalidad
NA
4. Objetivo
Actualizar la información sobre producción y características fisicoquímicas de la Gallinaza/ Pollinaza del sector avícola.
5. Resultados
Proyecto de caracterización de pollinaza/gallinaza de los diferentes sistemas productivos de la industria avícola, con el objetivo de elaborar un inventario y caracterización de la biomasa residual generada en las granjas avícolas del país. Con el propósito de aporta información del sector al Inventario Nacional de Biomasa Residual que actualmente adelanta el Departamento Nacional de Estadística DANE, Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible a través de la mesa de biomasa residual y los gremios, en el marco de las acciones que permitan promover la economía circular en el país. Durante el 2021 se realizó la caracterización fisicoquímica de 193 unidades avícolas seleccionando las unidades de acuerdo a la línea de negocio -material genético, Pollo de engorde. Ponedora- y sistema de producción – Ambiente controlado, piso. Jaula automática, jaula tradicional, entre otros- Los parámetros analizados en cada una de las muestras fueron:

ANÁLISIS FÍSICOQUÍMICOS
Cenizas
Carbono orgánico oxidable total
Conductividad eléctrica (1/200)
Densidad (20°C)
Nitrógeno orgánico total
Fósforo total
Potasio total
Humedad
pH (10%)
Relación C/N



En la tabla a continuación se presentan los departamentos y líneas de producción donde se tomaron las muestras.

Departamento	Material Genético	Pollo de engorde	Ponedora			Total general
			Levante	Ciclo completo	Producción	
Antioquia	1	12	2	13	1	29
Atlántico	2	6	3	1	5	17
Cauca	-	3	-	-	2	5
Córdoba	-	4	-	2	-	6
Cundinamarca	-	5	2	4	4	15
Huila	-	2	1	-	5	8
Magdalena	-	1	-	-	-	1
Meta	-	3	-	-		3
Nariño	2	2	-	-	1	5
Quindío	-	-	-	-	2	2
Quindío	-	2	-	-	-	2
Risaralda	-	2	-	1	5	8
Santander	4	16	7	2	11	40
Santander	1	2	-	-	-	3

Tolima	5	3	3	1	2	14
Valle del Cauca	3	18	2	5	7	35
Total general	**18**	**81**	**20**	**29**	**45**	**193**

La segunda fase del proyecto que corresponde a la determinación del inventario biomasa residual de las granjas avícolas comerciales se realizará en 2022.

3.

1. Entidad

Corporación colombiana de investigación agropecuaria- AGROSAVIA

2. Título del Proyecto

Efecto de la aplicación de gallinaza compostada sobre la dinámica del P en suelos de pasturas y caña de azúcar del Valle del Cauca- Fase I

3. Modalidad

Convenio específico de cooperación técnica y científica

4. Objetivo

Evaluar el efecto de la adición de gallinaza compostada sobre la calidad del suelo y su relación con la disponibilidad de fósforo en pasturas y caña de azúcar del Valle del Cauca.

5. Resultados

Se realizó la evaluación de la adición de materia orgánica en forma de gallinaza estabilizada en la disponibilidad de P en pasturas para alimentación animal y el cultivo de caña de azúcar. Para esto, en esta fase del proyecto, se muestrearon áreas con adición de gallinaza estabilizada y bajo manejo convencional, en las que se observaron los cambios asociados a enzimas relacionadas con el ciclo del P, las fracciones de P en el suelo (dinámica bajo el manejo), y el efecto sobre la calidad del suelo (Fig. 1).



Fig. 1. Esquema general de la primera fase del proyecto

El tipo de muestreo realizado fue zigzag estratificado en 8 fincas del Valle del Cauca con sistemas de pasturas (4 fincas) en Guadalajara de Buga y sistemas de caña de azúcar (4) en Palmira. Las fincas fueron seleccionadas por su disponibilidad de ser muestreadas y por contar con un historial de aplicaciones de fertilizante mineral y gallinaza estabilizada en mínimo los últimos 5 años. El diseño experimental fue completamente al azar con 2 tratamientos (con y sin aplicación de gallinaza estabilizada), 3 repeticiones y 10 submuestras por repetición.

La gallinaza estabilizada de Buga se encuentra más acorde a la Norma Técnica Colombiana 5167 y difieren en numerosos parámetros respecto a la gallinaza estabilizada de Palmira. La aplicación de gallinaza estabilizada genera diferentes efectos en la calidad y potencial nutricional del suelo bajo pasturas y caña de azúcar. En general, la adición del fertilizante orgánico disminuye el pH, disminuye las conductividades eléctricas, aumenta el contenido de carbono orgánico, aumenta el contenido de P disponible y disminuye la capacidad de intercambio catiónico. Específicamente con el P, la aplicación de gallinaza estabilizada aumenta significativamente el P soluble, P disponible y el P moderadamente disponible. Además, la adición de gallinaza estabilizada

disminuye las actividades enzimáticas fosfomonoesterasas ácida y alcalina y fitasas. Los presentes hallazgos en conjunto hacen parte de la primera fase del proyecto con FENAVI y permiten aumentar la comprensión del potencial de la gallinaza compostada para mejorar la salud del suelo con énfasis en el ciclaje y nutrición de P desde una perspectiva de bioeconomía circular.

2.2 Transferencia de Conocimiento

Desarrollo de herramientas, canales y comunicaciones que promuevan la transferencia de conocimiento e información a productores y grupos de interés en temas ambientales y de Sostenibilidad del sector.

DESARROLLO Y ESTADO ACTUAL

A. CONMEMORACIÓN FECHAS AMBIENTALES DE IMPORTANCIA INTERNACIONAL

El Programa de Sostenibilidad de FENAVI, comprometido con el manejo adecuado y conservación de recursos naturales, a partir del año 2018 se une a la conmemoración de fechas de ambientales de interés internacional, mediante ejecución de actividades en las regiones que promuevan el cuidado y respeto por el entorno.

En 2021 se conmemoro el Dia Mundial del Agua – 22 de marzo de 2021- con la divulgación del video de Tratamiento y gestión de Aguas Residuales en el sector avícola



https://www.youtube.com/watch?v=x4ka32optnc&t=24s

B. BOLETÍN AVÍCOLA DEL CLIMA

Desde el mes de junio 2020 se construye y se elabora de manera mensual el Boletín Avícola del Clima una pieza de comunicación específica para el sector avícola que tiene como objetivo dar a conocer los pronósticos trimestrales de variabilidad climática en el país con

base en el boletín Agroclimático del IDEAM- MinAgricultura y las recomendaciones para el sector que permita orientar y fortalecer las capacidades de los productores frente a la prevención y mitigación de riesgos asociados a las condiciones climáticas.



https://fenavi.org/programa-de-sostenibilidad/publicaciones/boletin-avicola-del-clima/

Si bien los boletines son publicados en la página de FENAVi y enviados por correo a los productores y grupos de interés del sector avícola, también se ha reforzado este conocimiento e información que se encuentra en el boletín en divulgación a través de los comités de Sostenibilidad desarrollados en las regiones.

C. VIDEOS PROGRAMA DE SOSTENIBILIDAD

Se realizo la construcción y divulgación del video ¿Qué hace el Programa de Sostenibilidad de FENAVI-FONAV?, donde se da a conocer como desde el programa de Sostenibilidad apoyamos y acompañamos a los productores y promovemos las producciones avícolas sostenibles en Colombia.

- Dia del agua, Gestión de aguas residuales en la Producción avícola
- Líneas de acción del Programa de Sostenibilidad

- Dia del Árbol
- Ordenamiento Territorial
- Potabilización de agua
- Mitigación de olores



D. <u>CARTILLAS – INFOGRAFIAS -GUÍAS- ESTUDIOS</u>

Desarrollo de las tres cartillas y dos infografías que apoyan las actividades de gestión ambiental de los productores avícolas:

- Recomendaciones para contingencias ambientales
- Gestión Ambiental en Plantas de beneficio
- Gestión Ambiental Plantas de incubación
- Infografía Nuevo Código de Colores
- Infografía ¿Como identificar la Normativa Ambiental aplicable a mi unidad productiva?

https://fenavi.org/programa-de-sostenibilidad/publicaciones/cartillas/











Adopción de la Guía para la reducción de olores ofensivos en la Industria Avícola por parte del Ministerio de Ambiente y Desarrollo sostenible, en 2021 se realizó la corrección de estilo, diagramación y actualización de la cartilla por parte del Programa de Sostenibilidad de Fenavi y está en proceso de aprobación por parte del Ministerio de Ambiente para publicación.



E. LA HORA DE LA SOSTENIBILIDAD AVÍCOLA

Como consecuencia de la restricción de capacitaciones y talleres presenciales en las principales regiones por las medidas adoptadas por el Gobierno Nacional por el aislamiento preventivo obligatorio por el Covid-19, desde el Programa de Sostenibilidad se crea un nuevo espacio de capacitación y fortalecimiento de capacidades y de conocimiento en temas de interés ambiental y de Sostenibilidad dirigido a productores, técnicos y profesionales ambientales del sector avícola.



En 2021, se realizaron 17 charlas en la Hora de la Sostenibilidad llegando a 1018 asistentes a estos espacios que promueve la producción avícola sostenible:

Fecha	Tema	Asistentes
10/03/2021	Principales desafíos de la avicultura 2021: Retos y Oportunidades	91
24/03/2021	Conozca las acciones del Programa de Sostenibilidad de Fenavi para acompañar y asesorar a nuestros avicultores	62
14/04/2021	Sistema de gestión de Basura Cero: Oportunidades de certificar las prácticas ambientales en el sector avícola	50
12/05/2021	Manejo de la mortalidad ante una contingencia	105
26/05/2021	Importancia y ventaja competitiva de los sellos	62
9/06/2021	Producción de larvas soldados como fuente de proteína	57
23/06/2021	importancia de los sistemas de aire y refrigerantes	45
7/07/2021	Delitos ambientales	49
28/07/2021	Productos de valor agregado a partir de la cáscara de huevo	42
18/08/2021	Aprovechamiento de efluentes y residuos orgánicos	26
1/09/2021	La incidencia del Ordenamiento Territorial en el sector avícola y la aplicación de las licencias urbanísticas en la operación	35
15/09/2021	Política y compromisos de Colombia en Cambio Climático	46
6/10/2021	Importancia de la gremialidad en la sostenibilidad de la avicultura	74
13/10/2021	"180 millones de árboles "como articulador interinstitucional con los sectores productivos	41
27/10/2021	¿Como avanzan las empresas avícolas en Colombia en el tema de Sostenibilidad?	62
3/11/2021	Plan para la gestión sostenible de plásticos de un solo uso	46
17/11/2021	Oportunidades de mejorar la Sostenibilidad de la producción avícola a través de la nutrición	47
1/12/2021	Ahorro, mitigación y compensación de energía	28
15/12/2021	Recomendaciones para la siembra y manejo de especies nativas en predios avícolas	50
	Total 2021	1018

F. PLATAFORMA DE INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD

Desde el Programa se desarrolló la plataforma de indicadores de Sostenibilidad que tiene como objetivo integrar información sectorial con el fin que los productores y empresas avícolas tengan acceso a información que les permitan comparar su gestión y procesos con otras empresas, unidades productivas a nivel sectorial y regional; así como también se les ofrecerán recomendaciones y tips en temas ambientales y sostenibles para que las empresas puedan tener herramientas de análisis para el mejoramiento continuo hacia una producción avícola sostenible y en armonía con el medio ambiente, las comunidades y demás grupos de interés.

La plataforma se encuentra estructurada en 4 secciones:



- **Diagnóstico de Sostenibilidad de la empresa**: en donde podrá conocer el nivel de avance de su empresa en temas de Sostenibilidad y ambientales, que involucra los temas de gobernanza, sociales (comunidad, laborales y de responsabilidad del producto), ambientales y económicos.
- **Indicadores de Sostenibilidad:** en dónde conocerá los indicadores mínimos ambientales y de Sostenibilidad (Agua, Energía, Residuos, entre otros) que deber tener cada unidad productiva y podrá compararse con las mejores empresas avícolas, por línea de negocio o región.
- **Requisitos mínimos legales ambientales**: en dónde podrá hacer una autoevaluación sobre el cumplimiento legal ambiental por unidad productiva
- **Huella de carbono**: en dónde se podrá conocer el impacto que tienen las unidades avícolas de cada empresa referente a la generación y mitigación de Gases Efecto Invernadero (GEI).

En esta primera fase de la plataforma, iniciamos con el **diagnóstico de Sostenibilidad del sector avícola** que tiene como objetivo actualizar y comparar las cifras de los resultados de la primera versión del diagnóstico. Este trabajo se realiza con el acompañamiento de los ingenieros ambientales en las regiones y los equipos de las empresas avícolas.

Durante este año se realizó la segunda versión del Diagnóstico de Sostenibilidad, recopilando la información de las empresas avícolas y productores más importantes del país en temáticas como Gobernanza, social, laboral, bioseguridad, inocuidad, ambiental y económico. Se socializaron los resultados con cada una de las empresas vs. el resultado

sectorial con el fin de construir un plan de trabajo para disminuir las brechas en cada uno de los indicadores contando con el apoyo del equipo del Programa de Sostenibilidad

G. CALCULADORA DE HUELLA DE CARBONO DEL SECTOR AVÍCOLA

Este año, se incluyó dentro de la plataforma la calculadora de Huella de Carbono para el sector avícola desarrollada en el 2020. Se encuentra en fase de prueba con el fin que la plataforma y la información quede guardada satisfactoriamente; con el fin de realizar el lanzamiento en el 2022.

PROYECTO 3. GESTION AMBIENTAL, SOCIAL Y SOSTENIBLE

Difundir normativa ambiental aplicada al sector. Generar espacios para implementación de prácticas limpias por medio de asesorías ambientales y capacitaciones; asesoría para al productor cuando existan interpretaciones de norma por parte de las autoridades ambientales competentes. Desarrollo de talleres de capacitación y formación a productores y grupos de interés en temas ambientales y de Sostenibilidad. Fortalecer la cobertura de asistencia técnica a nivel nacional y regional en campo a productores. Fortalecer el conocimiento con experiencias de otros países en el desarrollo de temas ambientales y de Sostenibilidad del sector avícola.

La cobertura del Programa de Sostenibilidad en el territorio nacional en el periodo enero – junio 2021 se hace efectiva a través de siete (7) ingenieros ambientales y durante el segundo semestre del año se incluyó un profesional para la zona del Sur de Santander, Boyacá y Casanare. Siendo ocho (8) los profesionales del programa, los cuales atienden diferentes regiones asignadas. Para la distribución, además de la ubicación geográfica del territorio a cubrir por profesional, se tiene en cuenta la densidad avícola (número de unidades avícolas). A continuación, se presenta el número de visitadas por primera vez y aquellas que se les realizado seguimiento.

Granjas visitadas (enero-diciembre)

ZONA	DEPARTAMENTOS	TOTAL, DE GRANJAS POR ZONAS*		GRANJAS VISITADAS POR PRIMERA VEZ		GRANJAS VISITADAS POR SEGUIMIENTO	
		I semestre	II semestre	2020	2021	2020	2021
CUNDINAMARCA y/META	Cundinamarca y Meta,	1493	1150	34	105	8	51
EJE CAFETERO, NTE VALLE, NARIÑO	Quindío, Risaralda, Caldas, Norte del Valle del Cauca y Nariño	394	652	53	45	42	60

ANTIOQUIA, CORDOBA Y SUCRE	Antioquia, Sucre, Córdoba, San Andrés	404	404	32	32	25	45
SANTANDER	Santander	1155	891	51	84	60	85
COSTA ATLANTICA, NTE DE SANTANDER	Norte de Santander, Bolívar, Atlántico, Magdalena, Cesar, Guajira.	523	523	13	45	37	56
VALLE DEL CAUCA Y CAUCA	Cauca, Sur del Valle del Cauca, Nariño y Chocó y Putumayo.	1003	745	52	71	31	51
TOLIMA, HUILA, CAQUETA	Tolima, Huila, Caquetá, Guainía, Guaviare, Vaupés y Amazonas	465	524	61	47	32	63
NUEVA ZONA SUR DE SANTANDER, BOYACA, CASANARE	Sur De Santander, Boyacá, Casanare		548		27		40
	Total granjas	**5437**	**5437**	**296**	**456**	**235**	**451**
	% Cobertura			**5,54%**	**8,53%**	**4,39%**	**8,43%**
	Meta			8%		NA	

Fuente: FENAVI

Pese a la coyuntura del inicio de la pandemia por el Covid-19 y las cuarentenas del año pasado, para el 2021 se evidencia una mayor dinámica y reactivación en la atención en granjas, al pasar a atender 531 unidades en 2020 a 907 en 2021, un notorio crecimiento en 376 unidades más.

La cobertura en el 2021 de granjas visitadas por primera vez con respecto al universo de granjas en el país fue en promedio de: 8.43%

ZONA	**TOTAL DE GRANJAS POR ZONAS**	**GRANJAS VISITADAS POR PRIMERA VEZ**
CUNDINAMARCA/META	1150	105
EJE CAFETERO, NTE VALLE, NARIÑO	652	45
ANTIOQUIA, CORDOBA Y SUCRE	404	32
SANTANDER	891	84
COSTA ATLANTICA, NTE DE SANTANDER	523	45
VALLE DEL CAUCA Y CAUCA	745	71
TOLIMA, HUILA, CAQUETA	524	47

ZONA	TOTAL DE GRANJAS POR ZONAS	GRANJAS VISITADAS POR PRIMERA VEZ
NUEVA ZONA SUR DE SANTANDER, BOYACA, CASANARE	548	27
Total universo de granja	**5437**	**456**
Cobertura		8,4%
Meta		8%

Fuente: FENAVI

Dentro de las líneas de acción de los ingenieros se encuentran:

- **Acompañamiento Ambiental:** Actividad de diagnóstico inicial ambiental en las unidades productivas con el fin de evaluar el estado inicial y las oportunidades de mejora
- **Asesoría Puntual Ambiental:** actividades de asesoría en temas ambientales, solicitadas por empresas acerca de procedimientos, requerimientos normativos y/o temas específicos que se estén llevando a cabo las empresas.
- **Comité de Sostenibilidad**: espacio para la disertación acerca de los temas regionales de interés para a sostenibilidad dirigido por los avicultores del país, en coordinación con el Programa, bajo el liderazgo de cada Ingeniero Ambiental y con el apoyo de las seccionales
- **Actividad Complementaria** Ambiental: actividades de apoyo a los proyectos del programa y/o seccionales, acercamiento a aquellos productores de zonas donde se haya evidenciado la necesidad puntual y personalizada de la Federación a través del Programa de Sostenibilidad y sus líneas de acción.
- **Comité de Representación del Sector**: espacios de disertación de los temas regionales de interés ambiental, que son convocados por los productores, profesionales, funcionarios de Autoridad Ambiental, entre otros; En los cuales Fenavi asiste en representación del sector.
- **Formación Ambiental:** Son espacios de capacitación dirigidos a profesionales y operarios de empresas avícolas (granjas, plantas de incubación y plantas de beneficio).
- **Jornada Ambiental**: espacios de divulgación y formación, que agrupa a pequeños y medianos productores de una misma región donde se abordan temas ambientales de interés y utilidad en la producción avícola impartidas por el Profesional Ambiental de campo.

En cuanto a las actividades por regiones, durante 2021 los ingenieros se realizaron 2162 en donde principalmente fueron Formaciones Ambientales (FA).y Acompañamiento puntuales ambientales (APA)

Actividades Ingenieros Ambientales de Campo enero – diciembre 2021

# de actividades de campo	AA	ACA	APA	CRR	CS	FA	JA	Total general
CUNDINAMARCA/META	103	44	58	4	4	76	4	293
EJE CAFETERO, NTE VALLE, NARIÑO	15	62	97	20	3	46	3	246
ANTIOQUIA, CORDOBA Y SUCRE	16	92	67	19	7	107	6	314
SANTANDER	46	52	48	26	8	139	1	320
NUEVA ZONA SUR DE SANTANDER, BOYACA, CASANARE	27	66	16	0	0	36		148
COSTA ATLANTICA, NTE DE SANTANDER	41	98	31	7	6	140	1	324
VALLE DEL CAUCA Y CAUCA	16	54	88	14	5	69	2	248
TOLIMA, HUILA, CAQUETA	25	43	114	9	5	47	29	272
Total general	**289**	**511**	**519**	**99**	**38**	**660**	**46**	**2162**

ACA- Actividad Complementaria Ambiental; APA- Asesoría Puntual Ambiental; CS- Comités de Sostenibilidad; CRR- Comités y reuniones de representación del sector; FA- Formaciones Ambientales; JA- Jornadas Ambientales.

En cuanto a los números de beneficiarios con estas dos líneas de acción se alcanzaron a llegar a 6509 personas desde pequeños, medianos y grandes productores hasta operarios y directores de las áreas ambientales de las empresas. Las principales temáticas de capacitación fueron Gestión Integral del Residuos Sólidos y Gestión Integral de Recurso Hídrico.

Número de Beneficiarios por Formaciones Ambientales y Jornadas Ambientales

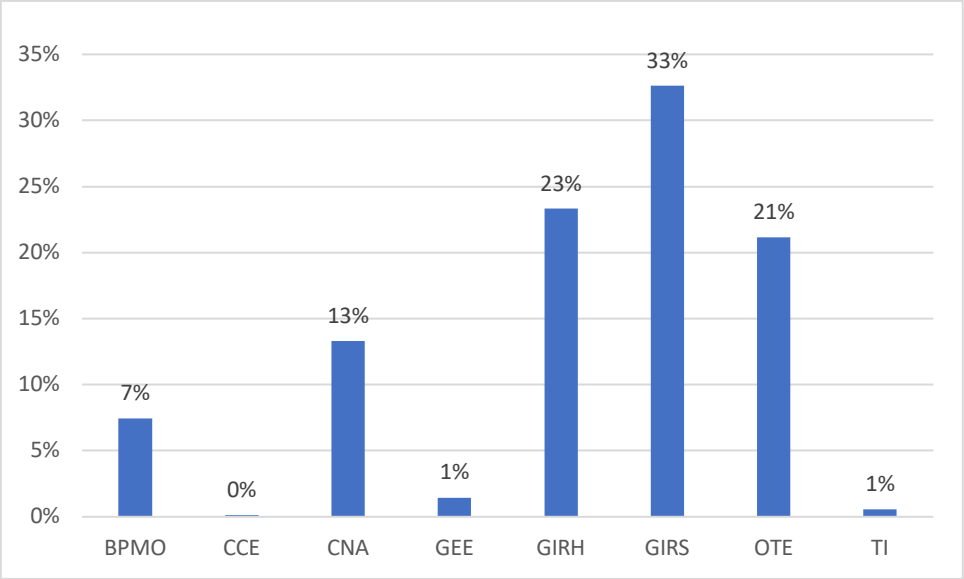
Enero-diciembre 2021

ZONA	TOTAL 2021
CUNDINAMARCA/META	1444
EJE CAFETERO, NTE VALLE, NARIÑO	301
ANTIOQUIA, CORDOBA Y SUCRE	1168
SANTANDER	999
COSTA ATLANTICA, NTE DE SANTANDER	847
VALLE DEL CAUCA Y CAUCA	602
TOLIMA, HUILA, CAQUETA	979
SUR DE SANTANDER, BOYACA, CASANARE	167
TOTAL	**6507**

Fuente: FENAVI

Temas de las formaciones - jornadas

Ene-dic 2021



Fuente: FENAVI

BPMO- Buenas Prácticas en la Mitigación de Olores; GIRH- Gestión Integral del Recurso Hídrico

GIRS- Gestión Integral de Residuos Sólidos; CNA- Cumplimiento Normativo Ambiental; GEE- Gestión Eficiente de Energía; TI – Transferencia de Investigación; CCE- Cambio Climático y Emisiones; OTE – Otras Temáticas Eventuales

Como actividad complementaria a las formaciones y jornadas ambientales dirigida a avicultores, los ingenieros realizan divulgación de las buenas prácticas avícolas a instituciones educativas con carreras agropecuarias, ambientales o afines, entes territoriales e instituciones de control ambiental, con el fin de fortalecer al sector avícola.

- Para 2021 se realizaron 14 jornadas de Fenavi a las Aulas con 125 beneficiarios a entidades como la CorpoCaldas, Gobernación de Caldas, Vivo Cuenca, Banco de alimentos de Barranquilla y el Sena.

H. EJECUCIÓN DE COMITÉS DE SOSTENIBILIDAD REGIONALES Y REUNIONES DE REPRESENTACIÓN DEL SECTOR

Con el fin de promover en las empresas avícolas la implementación de buenas prácticas de manejo ambiental y herramientas de sostenibilidad que fortalezcan la competitividad de los actores vinculados al sector, el Programa de Sostenibilidad de Fenavi – Fonav ha promovido la estrategia de implementación de Comité de Sostenibilidad en las diferentes regiones. Diseñado como un espacio para la disertación acerca de los temas regionales de interés para a sostenibilidad dirigido por los avicultores del país, en coordinación con el Programa, bajo el liderazgo de cada Ingeniero Ambiental y con el apoyo de las seccionales.

El Comité se ha sido diseñado para argumentar diferentes temáticas regionales de interés ambiental y sostenibilidad para proponer estrategias locales que permitan implementar prácticas encaminadas a garantizar el crecimiento del sector, en el marco de los componentes del desarrollo sostenible, y cumplimiento de los requisitos legales ambientales vigentes aplicables al sector.

ZONAS	**# DE SESIONES**	**# DE BENEFICIARIOS**
CUNDINAMARCA/META	4	60
EJE CAFETERO, NTE VALLE, NARIÑO	3	38

ZONAS	# DE SESIONES	# DE BENEFICIARIOS
ANTIOQUIA, CORDOBA Y SUCRE	7	115
SANTANDER	8	163
COSTA ATLANTICA, NTE DE SANTANDER	6	52
VALLE DEL CAUCA Y CAUCA	5	62
TOLIMA, HUILA, CAQUETA	5	47
Total general	**38**	**537**

Las Reuniones de Representación del Sector son espacios de disertación de los temas regionales de interés ambiental, que son convocados por los productores, profesionales de las empresas, funcionarios de Autoridad Ambiental, entre otros, en los cuales Fenavi – Fonav asiste en representación del sector.

- Para 2021 se ha asistido a 99 reuniones de representación del sector que correspondieron a espacios con autoridades ambientales en temas relacionados las agendas conjuntas Fenavi- Corporaciones, autoridades territoriales, socialización de planes de manejo de cuencas – POMCAS-, mesas regionales sectoriales, gestión forestal, mesas regionales de cambio climático y economía circular, entre otros.

I. ACTIVIDADES DE ACTUALIZACIÓN Y FORMACIÓN AL EQUIPO DEL PROGRAMA DE SOSTENIBILIDAD

En el mes de septiembre de 2021 se realizaron actividades de actualización, a continuación se presenta la agenda de la semana_

Fecha		Agenda
6 de septiembre 2021-lunes	14:00-14:30	Introducción y bienvenida director P. sostenibilidad
	14:30-15:00	Informe Ministerio
	15:00-15:30	Propósito y Metas de equipo

Fecha		Agenda
	15:30-16:00	Calidad-Instructivos y formatos-Reporte de informes
	16:00-17:00	Indicadores de gestión de programa Agosto
	17:00-18:00	Socialización de conocimientos técnicos
7 de septiembre 2021-martes	8:00-10:00	Vertimientos aguas residuales-Normativo
	10:00-12:00	Vertimientos aguas residuales-Caso Avinal
	12:00-13:30	*Almuerzo*
	13:30-15:00	Beneficios Tributarios Ambientales
	15:00-16:00	Gobierno Corporativo en el sector avícola
	16:00-17:30	Lluvia de ideas-Semana de reforestación-Día del árbol
8 de septiembre 2021-miércoles	6:00-12:00	Salida a granja-Vertimientos aguas residuales en granja II
	12:00-14:00	*Almuerzo*
	14:00-15:00	Bienestar animal-P. Técnico
	15:00-16:00	Lineamientos de comunicaciones FENAVI
9 de septiembre 2021-jueves	8:00-12:00	Curso de Redacción
	12:00-13:00	*Almuerzo*
	13:00-16:00	Curso de Redacción
	16:00-17:00	Decreto 1500-P. Pollo
	17:30- sin definir	Paella Casa Carlos Duque
10 de septiembre 2021-viernes	10:00-15:00	Taller: Trabajo en equipo Programa de Sostenibilidad

J. SELLO DE SOSTENIBILIDAD AVÍCOLA

Durante el 2020 se desarrolló la identificación de los requisitos legales y complementarios que van más de la normativa del sector avícola como insumo para la construcción de un

sello o certificación de Sostenibilidad Avícola para las empresas avícolas y productores. Para ello, se requirió la asesoría de ARCO consultores, expertos en temas de Sostenibilidad y certificaciones y conocedores en el sector avícola.

El sello tiene como objetivo unificar y armonizar los estándares de buenas prácticas sostenibles del sector avícola en la producción de huevo de mesa, carne de pollo y material genético, al garantizar que las empresas avícolas que obtengan este sello cumplen y realizan acciones más allá de la normativa aplicable para que sus clientes (grandes superficies e industria alimenticia) y el mercado en general los puedan diferenciar.

De igual manera es la base para promover el desarrollo de producciones avícolas al amparo de una gestión empresarial transparente y ética, que integra y garantiza el equilibrio en sistemas productivos económicamente viables, ambientalmente racionales y socialmente responsables en armonía con los grupos de interés.

Para garantizar objetividad y experiencia en el proceso de certificación y auditoria del Sello de Sostenibilidad a los productores, FENAVI realizó un análisis de entidades externas FENAVI que se encargue de este proceso, del cual fue seleccionado el ICONTEC, al ser la entidad más representativa en las certificaciones del país.

Durante 2021 se han realizado las siguientes actividades en Mesa técnica con el ICONTEC:

- Revisión requisitos de autoevaluación y en proceso de auditoria
- Pilotos empresas avícolas de manera virtual
- Reunión con otros grupos de interés (ICA, Grupo Éxito, Nutresa)
- Desarrollo del logo del Sello



K. ECONOMIA CIRCULAR- PARTICIPACIÓN EN LAS JORNADAS AVICOLAS Y ESTUDIO DE CASOS DE ÉXITO

En el marco de las jornadas avícolas, se acompaña en las principales regiones más importantes del país con la charla “Economía circular- modelo de negocio, competitividad y su aplicación en el sector avícola” dictada por el conferencista Felipe Hernández

- ✓ Santander 22 de abril
- ✓ Eje Cafetero 24 de junio
- ✓ Encuentro del Pacifico 1 de octubre
- ✓ Antioquia 25 de noviembre
- ✓ Tema: Economía circular- modelo de negocio, competitividad y su aplicación en el sector avícola
- ✓ Conferencista: Felipe Hernández

De igual manera, con el consultor se identificaron y documentaron algunos casos de éxito en Economía Circular en el sector con el fin de construir un documento de socialización para los productores que permita replicar estos modelos en otros productores.

L. ASESORIA EN GOBIERNO CORPORATIVO EN EL SECTOR AVÍCOLA

Se contrato una consultoría en Gobierno Corporativo con la empresa ARCO consultores con el fin de identificar y desarrollar recomendaciones de buenas prácticas para las empresas avícolas en Gobierno Corporativo. Para esto, se realizaron entrevista a algunas empresas del sector y se desarrolló una guía de buenas prácticas en Gobierno Corporativo para el sector avícola. Las socializaciones en las regiones se realizarán en el 2022.

PROYECTO 4. ARTICULACION INTERINSTITUCIONAL

Articulación con las autoridades, entidades, academia, entre otros para lo cual se trabaja en aunar esfuerzos con el propósito de lograr un mejor entendimiento de las normas ambientales y su aplicación y promover el desarrollo de producciones avícolas sostenibles en las diferentes regiones del país con presencia avícola.

CONSULTAS PUBLICAS:

- ✓ Proyecto de norma Por la cual se establecen los parámetros y los valores límites máximos permisibles en los vertimientos puntuales de Aguas Residuales Domésticas Tratadas al suelo, y se dictan otras disposiciones.
- ✓ Proyecto de modificación de norma “Por la cual se reglamenta el uso de las aguas residuales y se adoptan otras disposiciones
- ✓ Proyecto de modificación de norma Por la cual se adoptan Formatos Únicos Nacionales para la solicitud de permisos, concesiones y autorizaciones para el uso y/o aprovechamiento de recursos naturales y control del medio ambiente.
- ✓ Proyecto de norma "Por la cual se establecen las actividades, requisitos y procedimiento para la sustracción de área de las reservas forestales nacionales y

regionales para el desarrollo de actividades consideradas de utilidad pública e interés social y se dictan otras disposiciones"

ACUERDO FENAVI-MADS

- ✓ Visitas a unidades productivas en el marco del proyecto normativo de regulación del vertimiento ARnD a suelo para evidenciar el no vertimiento a suelo.
- ✓ Participación de las líneas estratégicas de la Mesa Nacional de Biomasa- Estrategia de Economía Circular.
  - ✓ Desarrollo de instrumentos técnicos
  - ✓ Investigación y desarrollo
  - ✓ Fomento del aprovechamiento y tratamiento y valorización de biomas residual
  - ✓ Fomento del uso de productos a partir de biomasa residual
  - ✓ Gestión legal- Armonización normativa- Líder de grupo.
- ✓ Taller de buenas prácticas de refrigeración para el sector avícola (47 asistentes). Unidad Técnica de Ozono
  - ✓ Submesa biomasa – DANE
  - ✓ Mesa gremios proyectos significativos EC

Área de Influencia y Población Beneficiada: Productores de los departamentos avícolas del país.

IMPACTO Y CONCLUSIONES GESTIÓN DEL PROGRAMA DE SOSTENIBILIDAD FENAVI - FONAV:

- En Ordenamiento Territorial se realizaron actividades encaminadas a asesorar, acompañar y empoderar a los avicultores en estos espacios con el fin que tengan las herramientas, instrumentos e información necesarios para mitigar el impacto del conflicto por cambio en usos del suelo en los POT y resaltar y visibilizar la importancia del sector avícola dentro de los territorios en relación a sus aportes económicos y sociales y su contribución a la seguridad alimentaria en el país. Con la representación, asesoría y transferencia de conocimiento en temas de Ordenamiento Territorial los productores cada vez más conocen la importancia de asistir a estos espacios; además de tener información que les permita defender y visibilizar la contribución de la avicultura en las regiones.
- Se participó en representación del sector avícola en los POT de Bogotá, Fusagasugá, Barrancabermeja, Tota y Tibasosa. Se asesaron a 13 empresas y productores para 19 unidades avícolas sobre la compatibilidad con el uso del suelo de los predios.

- En 2021 se desarrollaron actividades (formaciones, jornadas, asesorías, etc) con 313 empresas de las cuales el 53 % son afiliados y el 47 no afiliados y 220 productores independientes de las cuales el 7 % corresponden afiliados y el 93% a no afiliados. Estos acercamientos permiten asegurar de manera conjunta y a través de participación activa la implementación de acciones que garanticen la sostenibilidad del sector.

- Con los proyectos de investigación que se alentaron en 2021 fortalece el conocimiento y las estrategias de negocio para el sector avícola enfocado en los subproductos que genera la avicultura.

- Aprovechamiento de cascara de huevo para la obtención de coproductos de valor agregado FASE II: Se estableció el protocolo para la extracción de 8 coproductos a partir de los subproductos de cascara de huevo de las plantas de ovoproductos. El proyecto estableció rendimiento, tiempos y costo de producción a una escala mayor a la de laboratorio adelantada en la primera fase ejecutada en 2020. La escala de producción fue de 200 kg de cascara de huevo en 6 lotes. Además de plantear los posibles mercados de comercialización. Este proyecto abre una línea de negocio para que se ha explorada por parte de las empresas avícolas que tengan plantas de ovoproductos en la línea de bioeconomía.
- Se tomaron 193 muestras de gallinaza/pollinaza en 75 empresas avícolas del país, 18 muestras granjas de material genético, 81 en granjas de pollo de engorde y 94 en granjas de ponedoras comerciales. Las muestras fueron analizadas por el laboratorio de la Universidad de Antioquia el cual está autorizado por el ICA, autoridad competente para el análisis de suelos en el país. Se analizaron los siguientes parámetros fisicoquímicos; estado, textura/aspecto, ceniza, carbono orgánico oxidable total, conductividad eléctrica (1/200) densidad (20°c)nitrógeno orgánico total, fósforo total, potasio total, humedad, pH (10%), relación C/N, espirometría 24 horas

- Evaluar el efecto de la adición de gallinaza compostada sobre la calidad del suelo y su relación con la disponibilidad de fósforo en pasturas y caña de azúcar del Valle del Cauca: . En general, la adición del fertilizante orgánico disminuye el pH, disminuye las conductividades eléctricas, aumenta el contenido de carbono orgánico, aumenta el contenido de P disponible y disminuye la capacidad de intercambio catiónico. Específicamente con el P, la aplicación de gallinaza estabilizada aumenta significativamente el P soluble, P disponible y el P moderadamente disponible. Además, la adición de gallinaza estabilizada disminuye las actividades enzimáticas fosfomonoesterasas ácida y alcalina y fitasas. Los presentes hallazgos en conjunto hacen parte de la primera fase del proyecto con FENAVI y permiten aumentar la comprensión del potencial de la gallinaza compostada para mejorar la salud del suelo con énfasis en el ciclaje y nutrición de P desde una perspectiva de bioeconomía circular.

- Se desarrollaron 2162 actividades por los ingenieros ambientales de campo, en acompañamiento y formación ambiental a productores avícolas, las cuales incluyen actividades de asesorías puntales, acompañamientos ambientales, comités, reuniones, formaciones y jornadas ambientales, comités de sostenibilidad y demás actividades ambientales asignadas. Se presenta un total de 7169 beneficiarios de las actividades de formación y capacitación ambientales, comités de sostenibilidad regional y las actividades de Fenavi a las aulas, realizadas en 2021.

- “La Hora de Sostenibilidad Avícola contó con la participación de 1018 asistentes, que se formaron en diferentes temas de Sostenibilidad y ambientales. Este espacio se ha posicionado como un nuevo canal virtual de capacitación en donde los asistentes recibirán charlas con conferencistas nacionales e internacionales en temas de Sostenibilidad y Ambiental. Estas iniciativas en Sostenibilidad permitirán fortalecer las capacidades de los avicultores para el desarrollo de una producción sostenible que

equilibre aspectos sociales, ambientales y económicos; así como también mejora el relacionamiento con sus grupos de interés como: consumidores, trabajadores, corporaciones, administraciones municipales, entre otros.

- Se realizó la segunda versión del diagnóstico de Sostenibilidad Avícola con el fin de conocer el avance y desempeño de las empresas del sector en materia de Gobierno Corporativo, Social (desde lo laboral, el entorno y la responsabilidad sobre el producto en bioseguridad y bienestar animal, inocuidad y comunicación y publicidad hacia el consumidor). Dentro de los principales resultados, el sector avícola mejoro 10 puntos porcentuales, al pasar de tener un puntaje de Sostenibilidad en 2018 de 69% al 2020 de 79%. Se evidencian importantes avances en el tema de Gobernanza, en el desarrollo del entorno y material ambiental.

- FENAVI junto con el ICONTEC construyeron el Sello Avícola de Sostenibilidad que tiene como objetivo unificar y armonizar los estándares de buenas prácticas sostenibles del sector avícola en la producción de huevo de mesa, carne de pollo y material genético, al garantizar que las empresas avícolas que obtengan este sello cumplen y realizan acciones más allá de la normativa aplicable para que sus clientes (grandes superficies e industria alimenticia) y el mercado en general los puedan diferenciar. De igual manera será la base para promover el desarrollo de producciones avícolas al amparo de una gestión empresarial transparente y ética, que integra y garantiza el equilibrio en sistemas productivos económicamente viables, ambientalmente racionales y socialmente responsables en armonía con los grupos de interés. Su lanzamiento se realizará en el 2022.
- Con respecto a la temática de Economía Circular, se realizaron una serie de capacitaciones a los productores en el marco de la Jornadas Avícolas en las regiones sobre este tema y se elaboró un documento con casos de éxito de algunas empresas del sector con el fin de promover el desarrollo y replica de acciones e iniciativas con este enfoque.
- Así también, se empezó abordar el tema de Gobierno Corporativo a través de la elaboración de un manual de buenas prácticas y recomendaciones de Gobierno Corporativo para el sector avícola. Las socializaciones se realizarán en el 2022.

- La línea de acción “Articulación del Interinstitucional” le ha permitido al sector avícola aunar esfuerzos con las autoridades del orden nacional y regional, entidades de investigación, entre otras para entender la expedición de normativa e iniciativas aplicables al sector. En 2021 se participó de manera activa en las consultas públicas de reglamentación de los límites máximos permisibles de vertimientos de aguas residual domestica al suelo, reusó de aguas residuales, Formatos Únicos Nacionales para la solicitud de permisos, concesiones y autorizaciones para el uso y/o aprovechamiento de recursos naturales y control del medio ambiente, entre otros. Participación en la mesa nacional de economía circular, la generación del convenio de investigación aplicada y la Mesa Agroclimática respectivamente. De igual manera, en temas de movilidad y seguridad en las vías se ha articulado la gestión con DITRA, MinTransporte, MinDefensa y Presidencia de la República.