



Modelo negocios para la creación de la productora Granja Avícola la Prosperidad en la zona rural de Buena Esperanza en el municipio de Cúcuta, Norte de Santander

Yesika Alvernia Sanguino

Lisbeth Yuleisy Calero Rojas

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Oriente (Santander)

Centro Universitario Cúcuta (Nortde de Santander)

Programa Contaduría Pública

octubre de 2025

Modelo negocios para la creación de la productora Avícola Granja la Prosperidad en la zona rural de Buena Esperanza en el municipio de Cúcuta, Norte de Santander

Yesika Alvernia Sanguino – ID 838617

Lisbeth Yuleisy Calero Rojas – ID 775317

Plan de negocio presentado como requisito para optar al título de Contador Público

Asesor(a)

Solange Dianira Jordan Bustamante

Magister en Administración de empresas

Yirley del Carmen Velandia Duran

Magister en Psicología de las organizaciones y del trabajo

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Oriente (Santander)

Centro Universitario Cúcuta (Nortde de Santander)

Programa Contaduría Pública

Noviembre de 2025

Dedicatoria

A mi padre, quien con su visión, esfuerzo y amor por el campo sembró la semilla de este proyecto que hoy es una realidad. Su perseverancia y ejemplo fueron la inspiración para construir un sueño que representa unión, esperanza y progreso.

A mi esposo, por su apoyo incondicional, compromiso y dedicación en cada etapa de este proyecto, demostrando que cuando la familia trabaja unida, los resultados trascienden lo material.

A mi hijo que cada día me impulsa a luchar por mis propósitos; A mis seres queridos, quienes con sus palabras de aliento me motivaron a seguir adelante en este proceso académico y empresarial, recordándome que los sueños se construyen con disciplina, fe y constancia.

Yesika Alvernia Sanguino

Dedico este proyecto a mi padre, por su apoyo incondicional, por enseñarme con su ejemplo el valor del trabajo, la humildad y perseverancia. Gracias por ser mi refugio y mi impulso, por creer siempre en mí incluso cuando dudo de mis propias capacidades, y por recordarme que los sueños se construyen con fe y paciencia.

También me lo dedico a mí misma, por mantenerme firme ante los desafíos, por no rendirme cuando las circunstancias parecían más grandes que mis fuerzas, y por creer que cada esfuerzo por pequeño que fuera, me acercaba a esta meta.

Y de manera especial, se lo dedico a mi compañera Yesika Alvernia, por ser esa luz cuando pasaba momentos difíciles, por acompañarme con palabras de aliento cuando quise rendirme, y por motivarme a seguir adelante. Su apoyo y comprensión fueron piezas fundamentales para culminar esta etapa. Gracias por estar en el momento uno de este proyecto y por recordarme que las metas se alcanzan mejor cuando se caminan acompañadas de personas que creen en uno.

Lisbeth Yuleisy Calero Rojas

Agradecimientos

A Dios, por ser la guía y fortaleza en cada paso recorrido, permitiendo culminar esta etapa con gratitud y aprendizaje. A la Corporación Universitaria Minuto de Dios, por brindar los conocimientos, herramientas y valores necesarios para la formación profesional como contadora pública.

A los docentes y asesores, quienes con su acompañamiento y orientación académica contribuyeron al desarrollo de este modelo de negocio, fortaleciendo la visión crítica y analítica.

A la familia, por ser el pilar fundamental de este proyecto, el esfuerzo y amor por la Granja Avícola Huevos La Prosperidad son el testimonio de que los sueños familiares pueden transformarse en oportunidades reales. Finalmente, a todas las personas que de alguna manera aportaron ideas, tiempo y motivación para que este trabajo se hiciera posible.

Lisbeth Yuleisy Calero Rojas
Yesika Alvernia Sanguino

Contenido

Lista de tablas	9
Lista de figuras.....	11
Resumen.....	13
Abstract.....	14
Introducción	15
CAPÍTULO I. Generalidades.....	17
1 Identificación del modelo de negocio	17
1.1 Situación encontrada.....	17
1.2 Objetivos.....	18
1.2.1 Objetivo general.....	18
1.2.2 Objetivos específicos	18
1.3 Justificación	19
1.4 Marco Referencial.....	20
1.4.1 Marco teórico	20
1.4.2 Marco conceptual.....	21
1.4.3 Marco legal	22
1.5 Concepto de negocio.....	23
1.5.1 Descripción de la idea de negocios según modelo Canvas	23
1.5.2 Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios.....	31
1.5.3 Población.....	32
1.5.4 Muestra	33
1.5.5 Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	33
1.6 Alcances y limitaciones	35
CAPÍTULO II Modulo de Mercado.....	36
2 Módulo de mercado	36
2.1 Investigación de mercado.....	36
2.1.1 Análisis del mercado.....	45
2.1.2 Identificación del cliente.....	46

2.1.3	Buyer persona (Basándose en la segmentación)	47
2.1.4	Necesidades que se esperan satisfacer del cliente y consumidor	50
2.2	Análisis de competencia.....	50
2.3	Marketing Mix	53
2.3.1	Producto	53
2.3.2	Precio	56
2.3.3	Plaza (Distribución)	57
2.3.4	Promoción	58
2.4	Tendencias del mercado.....	59
CAPÍTULO III Modulo Técnico u operación		61
3	Modulo Técnico u operación	61
3.1	Descripción del Proceso.....	61
3.1.2	Infraestructura.....	62
3.1.1	Innovación en proceso y producto (Valor diferenciador)	65
3.1.2	Ficha Técnica del Producto o Servicio	66
3.1.3	Diagrama de flujo de producción o del servicio	67
3.1.4	Recursos necesarios para operación óptima.....	71
3.2	Distribución de planta	71
3.3	Validación de la idea.....	73
3.4	Prueba piloto	75
3.4.1	Testeo y Feedback.....	77
CAPÍTULO IV Modulo Organizacional.....		78
4	Estructura Organizacional.....	78
4.1	Misión, Visión y Valores Corporativos	78
4.1.1	Misión:	78
4.1.2	Visión:.....	78
4.1.3	Valores Corporativos	78
4.2	Objetivos estratégicos	79
4.3	Organigrama y Perfiles	80
4.3.1	Estructura orgánica	80
4.3.2	Perfiles	81
4.4	Constitución Empresa y Aspectos Legales	85

4.4.1	Forma legal de la empresa	85
4.4.2	Registro y constitución.....	85
4.4.3	Capital social.....	85
4.4.4	Requisitos legales y regulatorios.....	86
4.4.5	Impuestos y obligaciones fiscales	87
4.4.6	Protección de propiedad intelectual	87
4.4.7	Cumplimiento normativo y ético	88
4.4.8	Asesoramiento legal.....	88
4.5	Gastos de Puesta en Marcha.....	89
4.6	Condiciones comerciales.....	91
4.6.1	Políticas de precios	91
4.6.2	Condiciones de pago	91
4.6.3	Entregas y distribución.....	92
4.6.4	Atención al cliente	92
CAPÍTULO V Modulo Financiero		93
5	Modulo Financiero.....	93
5.1	Proyección de ventas.....	93
5.1.1	Tamaño del mercado.....	93
5.1.2	Tabla de proyección de ventas y Justificación.....	94
5.1.3	Participación del mercado.....	95
5.1.4	Política de cartera.....	95
5.2	Inversión y financiación.....	96
5.2.1	Plan de inversión.....	96
5.2.2	Estrategias de financiamiento	97
5.2.3	Fuentes de financiamiento	97
5.2.4	Plan de financiamiento.....	98
5.2.5	Costos y gastos de operación	99
5.2.6	Costo variable unitario	100
5.2.7	Costos fijos.....	101
5.3	Proyección de ingresos, costos y gastos.....	102
5.4	Estados financieros	103
5.4.1	Balance General (proyectado a 5 años).....	103

5.4.2 Estado de Resultados Proyectado a 5 años	105
5.4.3 Flujo de Caja Proyectado a 5 años	106
5.5 Evaluación del proyecto.....	107
5.5.1 VAN.....	107
5.5.2 TIR.....	107
5.5.3 Punto de equilibrio.....	108
5.5.4 Razones Financieras.....	108
CAPÍTULO VI Impactos.....	111
6 Impactos.....	111
6.1 Impacto económico.....	111
6.2 Impacto social.....	111
6.3 Impacto ambiental.....	112
6.4 Riesgos (Técnico, comercial, TTHH, normativo, ambiental, otros).....	113
CAPÍTULO VII Conclusiones.....	114
7 Conclusiones.....	114
CAPÍTULO VIII Recomendaciones.....	116
8 Recomendaciones	116
Referencias.....	118

Lista de tablas

Tabla 1.....	22
Tabla 2.....	24
Tabla 3.....	25
Tabla 4.....	25
Tabla 5.....	29
Tabla 6.....	30
Tabla 7.....	31
Tabla 8.....	34
Tabla 9.....	45
Tabla 10.....	47
Tabla 11.....	51
Tabla 12.....	57
Tabla 13.....	67
Tabla 14.....	71
Tabla 15.....	74
Tabla 16.....	76
Tabla 17.....	77
Tabla 18.....	81
Tabla 19.....	82
Tabla 20.....	83
Tabla 21.....	83

Tabla 22.....	84
Tabla 23.....	84
Tabla 24.....	86
Tabla 25.....	86
Tabla 26.....	87
Tabla 27.....	90
Tabla 28.....	90
Tabla 29.....	91
Tabla 30.....	94
Tabla 31.....	94
Tabla 32.....	98
Tabla 33.....	100
Tabla 34.....	101
Tabla 35.....	103
Tabla 36.....	105
Tabla 37.....	106
Tabla 38.....	108
Tabla 39.....	109
Tabla 40.....	109
Tabla 41.....	110
Tabla 42.....	110
Tabla 43.....	113

Lista de figuras

Figura 1	20
Figura 2	31
Figura 3	37
Figura 4	38
Figura 5	38
Figura 6	39
Figura 7	40
Figura 8	40
Figura 9	41
Figura 10	42
figura 11	48
figura 12	49
figura 13	53
figura 14	54
figura 15	55
figura 16	55
figura 17	56
Figura 18	62
Figura 19	68
Figura 20	69
Figura 21	72
Figura 22	72

Figura 23	81
-----------------	----

Resumen

El modelo de negocio para la creación y consolidación de la productora granja avícola huevos la prosperidad, nace de un emprendimiento familiar ubicado en la zona rural de Buena Esperanza en el municipio de Cúcuta, Norte de Santander. La investigación se orienta al análisis integral de los componentes estratégicos, técnicos, organizacionales, financieros y de mercado que permitan garantizar la sostenibilidad y competitividad del proyecto en el sector avícola regional. A través de la aplicación del modelo Canvas y el enfoque metodológico de la Ley 1014 de 2006, se busca fortalecer la gestión administrativa y contable de la empresa, promoviendo la generación de valor.

Palabras clave: Modelo de negocio, Granja avícola, avicultura, emprendimiento familiar, sostenibilidad

Abstract

The business model for the creation and consolidation of the La Prosperidad poultry egg farm was born from a family business located in the rural area of Buena Esperanza, in the municipality of Cúcuta, Norte de Santander. The research focuses on a comprehensive analysis of the strategic, technical, organizational, financial, and market components that ensure the project's sustainability and competitiveness in the regional poultry sector. Through the application of the Canvas model and the methodological approach of Law 1014 of 2006, the objective is to strengthen the company's administration and accounting management, promoting value generation.

Keywords: Business model, poultry farm, poultry farming, family business, sustainability

Introducción

El desarrollo del sector agropecuario en Colombia representa una oportunidad significativa para la generación de empleo, la seguridad alimentaria y el fortalecimiento económico de las regiones. En este contexto, el huevo representa una fuente de alimento con amplio aporte nutricional, económica y de fácil acceso para la población; de igual forma, su producción tiene un impacto ambiental menor comparado con otras fuentes de proteína animal.

Según estudios, han demostrado que las recomendaciones dadas en décadas pasadas sobre la restricción del consumo de huevo por los niveles de colesterol no son válidas; por lo cual se evidencia que no existe relación significativa entre el consumo de huevo y el aumento del colesterol en la sangre. Se ha demostrado que incluso el consumo de siete huevos por semana es sano y recomendable. Su aporte nutricional lo convierte en una opción de alimentación para personas con requerimientos nutricionales especiales, tales como niños, mujeres gestantes y ancianos; uno de los elementos con los que se enriquece el huevo es habitualmente el selenio, un elemento con funciones fisiológicas importantes en el cuerpo humano; Su deficiencia aumenta el riesgo de mortalidad y compromete el sistema inmune. (FENAVI, MARZO 2021)

Con base en la importancia que radica en el consumo de esta proteína y el incremento de comercialización de huevos ocurrido en el 2021; en el año 2022 se fundó la Productora Granja Avícola Huevos La Prosperidad, como un emprendimiento familiar ubicado en la zona rural de Buena Esperanza vereda La Prosperidad del municipio de Cúcuta; este proyecto surge del sueño de un padre que, junto con su familia, decidió emprender en la producción de huevo como una alternativa para el bienestar económico y social del núcleo familiar; desde sus inicios la granja ha evolucionado de manera progresiva, pasando de 1.000 en el 2021 a más de 3.200 aves ponedoras en 2024, lo que evidencia un crecimiento sostenido y una gestión orientada al aprendizaje y la mejora continua, razón por la cual, se diseña un

modelo de negocio para la creación y consolidación de la productora avícola Granja Huevos La Prosperidad.

Se realiza bajo el modelo Canvas y la Ley 1014 de 2006 sobre fomento a la cultura del emprendimiento, lo cual permite estructurar de manera integral los componentes esenciales del negocio, tales como los segmentos de clientes, la propuesta de valor, los canales de distribución, los recursos clave y las fuentes de ingresos; incorporando además elementos del análisis financiero y contable para garantizar la viabilidad económica del proyecto a corto, mediano y largo plazo.

Este modelo de negocios permite analizar la posibilidad de un fortalecimiento para la Productora Granja Avícola Huevos La Prosperidad, no solo como una unidad productiva, sino también como un referente de sostenibilidad administrativa para establecer las bases estratégicas, técnicas, financieras y organizacionales que faciliten la toma de decisiones y así poder realizar las mejoras continuas, lo cual permite que la empresa pueda seguir creciendo y promoviendo el bienestar de la comunidad local con la generación de empleo, la preservación de las buenas prácticas avícolas con el medio ambiente y el cumplimiento de las obligaciones contables y fiscales; es por lo cual la importancia de la creación del Modelo negocios para la productora Avícola Granja la Prosperidad ubicada en zona rural de Buena Esperanza en el municipio de Cúcuta, Norte de Santander.

CAPÍTULO I. Generalidades

1 Identificación del modelo de negocio

1.1 Situación encontrada

El emprendimiento Granja Huevos La Prosperidad nació en el año 2022 como una iniciativa familiar orientada a la producción y comercialización de huevos frescos en la zona rural Buena Esperanza del municipio de Cúcuta, Norte de Santander. A partir de un proyecto impulsado por el deseo de su fundador de generar una actividad productiva sustentable tras su jubilación, la familia emprendió la construcción del primer galpón con capacidad para mil aves ponedoras, consolidando así una microempresa con proyección de crecimiento.

Desde el año 2022 al 2024, gracias al esfuerzo conjunto, la granja amplía su capacidad de 1.000 a 3.200 aves, incrementando 2.200 aves, para lo cual se implementando mejoras en infraestructura, manejo técnico y alimentación de las aves. Sin embargo, el crecimiento acelerado y la falta de una estructura organizacional y contable formal han generado ciertos desafíos en la gestión administrativa, financiera y operativa del negocio; razón por la cual, el emprendimiento al año 2025 no cuenta con un modelo de negocio definido, ni con estrategias formales de planificación, registro contable, ni control de costos que permitan medir con precisión su rentabilidad y sostenibilidad.

Así mismo, el proceso productivo, aunque eficiente en términos empíricos, carece de una estandarización documentada que facilite la toma de decisiones estratégicas, la proyección de ventas y la evaluación de resultados financieros; esta situación limita la posibilidad de acceder a fuentes de financiamiento, programas de apoyo al emprendimiento y oportunidades de expansión hacia mercados más competitivos.

Otro aspecto identificado es la ausencia de una estrategia comercial estructurada, lo que ha llevado a depender de canales de distribución informales y ventas directas a consumidores cercanos. Aunque este modelo garantiza frescura y cercanía con el cliente, restringe el posicionamiento de la marca en el mercado regional.

En consecuencia, se evidencia la necesidad de formalizar a través de un proyecto la productora Granja Avícola huevos la Prosperidad ubicada en la zona rural de Buena Esperanza, vereda la Prosperidad, municipio de Cúcuta, Norte de Santander. Ese modelo de negocio integral permitirá fortalecer la gestión administrativa, contable, técnica y comercial de la Granja Avícola, garantizando su sostenibilidad económica, social y ambiental; este modelo busca establecer una estructura clara de operación, proyección financiera y estrategias de crecimiento que contribuyan a la formalización y consolidación del emprendimiento familiar en el sector avícola de Norte de Santander.

1.2 Objetivos

1.2.1 *Objetivo general*

Diseñar un modelo de negocio para la productora Granja Avícola huevos la Prosperidad, que posibilite el fortalecimiento de su estructura organizacional, administrativa, contable y financiera, promoviendo su sostenibilidad económica, social y ambiental en la zona rural de Buena Esperanza, vereda la prosperidad en el municipio de Cúcuta, Norte de Santander.

1.2.2 *Objetivos específicos*

Analizar la situación actual de la productora Granja Avícola Huevos la Prosperidad, identificando los factores internos y externos que influyen en su desarrollo y competitividad en la región.

Establecer los requerimientos técnicos y administrativos necesarios para la optimización de los recursos, garantizando la rentabilidad y sostenibilidad de la productora Granja Avícola huevos la Prosperidad.

Evaluar la viabilidad económica del modelo de negocio de la productora Granja Avícola Huevos la Prosperidad, en la zona rural de Buena Esperanza, vereda la prosperidad en el municipio de Cúcuta, Norte de Santander.

1.3 Justificación

La necesidad de fortalecer la gestión administrativa, contable y financiera de la productora Granja avícola Huevos la Prosperidad, en la zona rural de Buena Esperanza, vereda la prosperidad en el municipio de Cúcuta, Norte de Santander. Es primordial, debido a que ha tenido un crecimiento desde el año 2022 con 1.000 aves iniciales y para el 2024 ya se cuentan con 3.200 aves lo que equivale a 2.200 aves más con respecto al inicio del proyecto, lo que evidencia la necesidad de fortalecer estas áreas mencionadas inicialmente, sin embargo, la experiencia adquirida por sus fundadores ha permitido consolidar una base productiva sólida.

Es importante destacar que, según datos estadísticos revelados por (FENAVI, 2023) se evidencia en la figura 1 que el consumo per capita de huevo por persona ha sido progresivo a partir del cierre de 2023, con un total de 324 huevos para esa fecha, por otra parte al cierre del 2024, el consumo per capita fue de 342 huevos por persona lo que significa que, el consumo de huevo va en aumento, y por ende se proyecta para el 2025 teniendo en cuenta la tendencia, cerrar con un promedio de 356 huevos per capita en Colombia.

Figura 1

Grafica consumo per cápita de huevo en Colombia.



Nota. El gráfico representa el consumo per cápita de huevo en Colombia, 2019-2025. Tomado de Federación Nacional de Avicultores de Colombia. FENAVI.

De acuerdo con lo anterior se evidencia una proyección en el incremento del consumo per cápita de huevo, lo que indica que exista un aumento que favorece la producción y comercialización de este producto en la granja avícola Huevos la Prosperidad.

Es así como, la avicultura se ha consolidado como uno de los sectores más dinámicos del agro colombiano. De acuerdo con la Federación Nacional de Avicultores de Colombia (FENAVI, 2024), la producción de huevo ha mostrado un crecimiento constante en los últimos años, impulsado por la demanda interna y la mejora en las condiciones tecnológicas y sanitarias. Este contexto ofrece un entorno favorable para la consolidación de emprendimientos familiares como la Granja Huevos La Prosperidad, siempre que cuenten con un modelo de negocio estructurado que oriente sus decisiones estratégicas y financieras.

1.4 Marco Referencial

1.4.1 Marco teórico

El modelo de negocio constituye una herramienta fundamental para comprender cómo una organización crea, entrega y captura valor dentro de un entorno competitivo. Según Osterwalder y Pigneur (2010), un modelo de negocio describe la lógica mediante la cual una empresa genera ingresos a

partir de la combinación de recursos, actividades y relaciones con los clientes. En este sentido, el modelo Canvas se convierte en una metodología eficaz para visualizar y estructurar las dimensiones esenciales del negocio, permitiendo su análisis integral y estratégico.

En el ámbito de la contaduría pública, el modelo de negocio cobra relevancia al posibilitar una adecuada planeación financiera y administrativa. La gestión contable no solo cumple con el registro de operaciones, sino que también facilita la toma de decisiones informadas, la evaluación de costos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias, aspectos esenciales para la sostenibilidad de las micro y pequeñas empresas.

Según Abraham Maslow (1943) explica la teoría de las necesidades humanas, donde se busca satisfacer diferentes niveles, que van desde las más básicas hasta las más complejas, estas se organizan en forma de pirámide, donde la base se representa las necesidades fisiológicas (como alimentarse, dormir, y respirar), seguidamente van las necesidades de seguridad, las sociales o de pertenencia, las de estima y finalmente las de autorrealización.

Asimismo, la literatura sobre emprendimiento familiar destaca la importancia del capital humano y social como motores del desarrollo empresarial. Autores como Shane y Venkataraman (2000) resaltan que el emprendimiento se sustenta en la identificación de oportunidades y la innovación aplicada a contextos locales, lo que resulta esencial en proyectos rurales que buscan combinar sostenibilidad económica con impacto social positivo.

1.4.2 Marco conceptual

Para el desarrollo de este trabajo se retoman algunos conceptos clave que orientan el diseño del modelo de negocio:

Raza Isa Brown, esta gallina se caracteriza su alta productividad en la postura de huevos con un porcentaje del 96% durante el pico de producción, una viabilidad en 94%, cuenta con un peso promedio de huevo 62.9 gramos aproximadamente, consumo de alimento de 110 grs diarios por ave, peso corporal en producción de 2.000 gr, color de la cascara marrón.

Raza Babcock Brown, esta genética al igual que la Isa Brown su plumaje es color rojo oscuro, cuenta también con un porcentaje de puesta de 96% en su pico de postura con una viabilidad del 92%, el peso promedio del huevo el de 60% y el peso corporal de 2.000 gr, el color de la cascara del huevo es color marrón, consume aproximadamente 115 gr de pienso por día cada ave.

Lohmann Brown, esta ave cuenta con características similares a las anteriormente mencionadas con diferencia en el peso corporal ya que cuenta con un peso promedio en producción de 2.100 gr y consumo de alimento de 117 gramos por día por ave, lo que tiene como beneficio al ser un ave más grande y robusta tiene mayor aprovechamiento a la hora del descarte al final de la producción.

1.4.3 Marco legal

El proyecto se fundamenta en diversas disposiciones normativas que orientan el ejercicio empresarial, contable y tributario en Colombia. Entre las más relevantes se encuentran:

Tabla 1
Normatividad legal Granja Avícola Huevos la Prosperidad.

Normatividad Legal	Por la cual reglamenta	Aplicabilidad a la granja
Ley 1258 de 2008,	la cual se crea la figura de la Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), que facilita la constitución de pequeñas y medianas empresas con menores requisitos legales y mayor flexibilidad administrativa.	Para el cumplimiento de esta ley la granja avícola tiene la responsabilidad de constituirse, ante la creación del Rut y formalización ante la cámara de comercio como una microempresa

Resolución 3651 de 2014	Por medio de la cual se establecen los requisitos para la certificación de granjas avícolas bioseguras.	En la granja Avícola huevos la prosperidad se debe cumplir con cada uno de los requisitos allí establecidos para poder obtener el certificado de granja avícola biosegura ante el ICA. Entre los más importantes contar solo con una explotación avícola (gallina ponedora o pollo engorde y también las distancias y demarcaciones dentro de la granja)
-------------------------	---	--

Nota. Elaboración de los autores

El cumplimiento de este marco legal es fundamental para asegurar la formalización y sostenibilidad de la Granja avícola Huevos La Prosperidad, permitiendo su consolidación como una empresa responsable, y alineada con las exigencias de la normatividad vigente en Colombia.

1.5 Concepto de negocio

1.5.1 Descripción de la idea de negocios según modelo Canvas

El diseño de un modelo de negocio integral para la productora Granja avícola Huevos La Prosperidad, ubicado en la zona rural Buena Esperanza en la vereda La Prosperidad del municipio de Cúcuta, Norte de Santander. Surge como respuesta para crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de huevos frescos, con altos estándares de calidad, bienestar animal y conciencia ambiental.

La idea de negocio se fundamenta en el aprovechamiento de la experiencia adquirida por la familia emprendedora en el manejo de aves ponedoras, integrando buenas prácticas de alimentación, cuidado y bioseguridad, junto con un enfoque de gestión contable y administrativa formal. El propósito es garantizar la sostenibilidad económica del proyecto y posicionar la productora Granja Avícola Huevos La Prosperidad como una referencia de confianza, frescura y calidad en el mercado regional.

La metodología empleada para estructurar este modelo se basa en el Modelo Canvas, herramienta que permite representar de forma clara y visual los elementos esenciales del negocio: clientes, propuesta de valor, canales, relaciones, recursos, actividades, socios e ingresos y costos. Además, se enmarca en la

Ley 1014 de 2006, que fomenta la cultura del emprendimiento como motor de desarrollo económico y social.

1.5.1.1 Segmento de clientes

El segmento de clientes es al nicho de mercado a quien va dirigido los productos que ofrece la Granja Avícola Huevos la Prosperidad, en el cual está dirigido principalmente a consumidores y comerciantes del área metropolitana de Cúcuta que buscan huevos frescos, nutritivos y de alta calidad. Los principales segmentos son:

Tabla 2
Consumidores potenciales Granja avícola huevos la prosperidad.

Consumidor final	Comerciantes locales	Restaurantes panaderías
Familias que adquieren huevos para el consumo diario entre ellas amas de casa	Tiendas de barrio, minimercados, distribuidoras que revenden el producto.	Establecimientos que requieren suministro constante y confiable de huevos

Nota. Elaboración de los autores

Estos segmentos de clientes permiten el crecimiento de la granja avícola Huevos la Prosperidad, debido a que su fortalecimiento en la fidelización por la calidad de los productos y su buen servicio con el cliente.

1.5.1.1.1 Valor agregado de la idea de negocios.

La Granja avícola Huevos La Prosperidad ofrece un producto fresco, natural y confiable, diferenciado por el cuidado integral de las aves, la calidad del alimento suministrado y el manejo responsable de los procesos productivos.

Su valor agregado radica en cuatro aspectos fundamentales: en primera medida: la recolección y selección manual de los huevos, garantizando frescura y sanidad; segundo: la alimentación de las aves con un 80 % de concentrado de alta calidad y un 20 % de complementos orgánicos (verduras, forrajes,

pasto y plantas naturales); como tercer aspecto: el bienestar animal mediante el control térmico (ventiladores) y estímulos ambientales (música relajante) y por último: las entregas directas al cliente, reduciendo tiempos y preservando la frescura del producto.

1.5.1.1.2 Descripción general de atributos físicos, funcionales y psicológicos del producto (bien o servicio).

Para describir los atributos físicos, los cuales son los aspectos tangibles y observables; los atributos funcionales, que se refiere a la función que cumple dicho producto y los psicológicos los cuales son las cualidades intangibles que percibe el consumidor final del producto que ofrece la granja avícola Huevos la Prosperidad. Continuación se presenta la siguiente tabla.

Tabla 3
Atributos físicos, funcionales y psicológicos del producto de la granja avícola huevos la prosperidad.

Atributos físicos	Atributos funcionales	Atributos psicológicos
Resistencia de la cascara, limpieza, tamaño, calidad de la cascara, empaque llamativo.	Contiene altas cantidades de proteína, sirven de acompañante para cualquier tipo comida en cualquier ocasión, es la proteína más fácil de usar y se puede adquirir con facilidad y a bajo costo.	Nuestros clientes describen que nuestros productos son diferentes, ya que el color de la yema es mucho más concentrada y naranja de lo normal, también por su frescura ya que vienen directamente de la granja al mismo día de su postura, también nos indica que al usar nuestros huevos tienen la total seguridad que ninguno saldrá dañado y pueden mezclar varios huevos en el mismo plato.

Nota. Elaboración de los autores

1.5.1.2 Canales de comunicación, distribución y venta

Los canales de comunicación, distribución y venta utilizados por la granja avícola huevos la prosperidad son los siguientes:

Tabla 4
Canales comunicación, distribución y ventas.

Canales comunicación	Distribución	Ventas
Por medio WhatsApp. (principal) Instagram, tik tok	Venta directa en granja Entrega a domicilio	Venta directa al por menor Venta directa al por mayor

Nota. Elaboración de los autores

En el mediano plazo se proyecta desarrollar una marca comercial propia con empaque distintivo, y establecer convenios con puntos de venta aliados para aumentar la presencia en el mercado local.

1.5.1.3 Relacionamento con el cliente

El negocio mantiene una relación cercana y personalizada con sus compradores, basada en la confianza, la puntualidad y la calidad del producto. La comunicación directa permite fidelizar a los clientes, obtener retroalimentación y garantizar la satisfacción del consumidor final.

1.5.1.4 Recursos claves requeridos

Los recursos claves requeridos indispensablemente para el correcto funcionamiento de las operaciones en la granja avícola Huevos la Prosperidad son: Infraestructura física; la cual se cuenta con tres galpones con capacidad para 1500 aves en cada uno, un cuarto de medidas 16 metros cuadrados para la limpieza clasificación y almacenaje de huevos, un segundo cuarto de medidas 36 más cuadrados donde se almacena el concentrado de las aves el cual se realiza una rotación de inventario cada 15 días, seguidamente se encuentra el tercer cuarto de medidas 16 metros cuadrados donde se encuentra ubicado todo lo relacionados con utensilios y medicamentos de las aves, debidamente señalizados.

Como segundo recurso clave tenemos las aves productoras las cuales son adquiridas desde el primer día de nacidas en plantas incubadoras debidamente certificadas, las cuales pasan por su etapa de cría y levante hasta la semana 16 aproximadamente, para luego pasar a la etapa de producción que va de la semana 17 hasta la semana 90 de vida aproximadamente. Adicional se cuenta con lo más importante para el buen funcionamiento de las operaciones de la granja avícola huevos la prosperidad su recurso humano familiar, el cual cuenta con la experiencia y disposición para en buen manejo avícola. por consiguiente y no menos importante se requiere de un vehículo de transporte y distribución y finalmente se requiere capital financiero para el buen sostenimiento operativo y compra de insumos y adecuaciones.

1.5.1.5 Actividades claves requeridas

En primer aspecto para la alimentación de las aves, se requiere contar con una dieta balanceada donde se utiliza el 80% en concentrado de la mejor calidad y de un 20 % en alimentación orgánica la cual abarca el forraje que se le suministra durante el pastoreo. En cuanto al manejo y control sanitario se realiza bajo supervisión y recomendaciones dadas por el médico veterinario de confianza, el cual nos indica los esquemas vacunales y los cuidados especiales que se deben tener en cuenta para el correcto manejo de las aves tanto en etapa de levante en la etapa de producción.

Figura 2

Alimentación orgánica 20% y concentrado 80%



Nota. Elaboración de los autores

En la recolección, limpieza y clasificación de los huevos se utilizan cubetas plásticas para facilitar su respectivo conteo, después pasan al cuarto de limpieza y clasificación donde se limpian con una esponja especial totalmente seca para evitar mojar el huevo ya que esto afectaría su capa protectora y se echaría a perder en menor tiempo posible, después de la limpieza se clasifican según el tamaño que indica la regulación estándar exigida por la resolución ICA, continuando con el proceso de empaque y almacenamiento se empacan en cartones biodegradables totalmente nuevos y de colores para diferenciar de un tamaño a otro. También contamos con un empaque premium para aquellos clientes que desean algo exclusivo y de mayor valor visual, el cual se caracteriza por ser un empaque elaborado artesanalmente en material crochet en forma de castilla tal cual se muestra en la figura 2.

Figura 3.
Empaque premium y empaque estandar.



Nota. Elaboración de los autores

En el control contable y financiero de ingresos y gastos se llevan a cabo mediante formatos entregados por el ICA, donde se deben realizar los respectivos registros de operación de todos los procesos diarios de la granja avícola huevos la prosperidad, cada ocho días realizo la digitalización los formatos a Excel allí se formula y se evalúa los ingresos, gastos y rentabilidad que se obtuvo durante la semana.

Para el registro de ventas se cuenta con la facturación gratuita por la DIAN, donde se realiza la respectiva facturación legal de la venta diaria del producto, cabe recalcar que se deberá implementar software contable para llevar una gestión más organizada de todos los procesos de la granja avícola huevos la prosperidad.

Con respecto al mantenimiento de la infraestructura se realiza mantenimiento preventivo de equipos cada 3 meses y al finalizar cada ciclo productivo se realiza un mantenimiento completo y a cada equipo utilizado para el correcto manejo de la producción se realizan los respectivos mantenimientos y limpieza y los que no cumplen con las condiciones para el buen funcionamiento se retiran del inventario y se reemplaza por un nuevo equipo, cabe indicar que el tiempo de vida útil de los equipos son de 5 años dependiendo de su uso y cuidado.

Figura 4
Infraestructura y equipos necesarios para un correcto manejo avícola.



Nota. Elaboración de los autores.

1.5.1.6 Socios claves requeridos para generar redes con otros de iguales condiciones o alianzas con otros para fortalecer el negocio.

Los socios claves son todos aquellos proveedores, personas, empresas o entidades con las cuales la granja avícola Huevos la prosperidad ha establecido una relación estratégica comercial con la cual ha podido fortalecer los procesos operativos y técnicos de la empresa. Estas alianzas son importantes ya que permiten garantizar el suministro de insumos, asesorías técnicas, apoyo financiero y la distribución y venta del producto.

Tabla 5
Principales socios clave granja avícola Huevos la Prosperidad

Tipo de socio	Nombre o entidad	Contribución al negocio
Entidades financieras	Banco agrario, Cooperativa minuto de Dios, cooperativa Crediservir	Nos facilitan la obtención de recursos de inversión mediante créditos con bajas tasas de interés.
Proveedores de insumos	Italcol sas, Cartovo sas, tecnocamp sas y almacén avícola San Nicolas.	Suministro de concentrado, suministro de empaque para los huevos, insumos veterinarios y equipamiento para los galpones.
Asesores técnicos	FENAVI, Veterinario Independiente y Contador.	Brinda asistencia técnica y capacitaciones; ayudan con el plan vacunal y manejo de las aves, nos colabora con todos los requerimientos tributarios.
Comerciantes Aliados	Clientes mayoristas y minoristas	Nos ayudan con la compra, comercialización y distribución de huevos en el área metropolitana

Nota. Elaboración de los autores

Estas alianzas son claves para mantener una estabilidad operacional en la Granja avícola huevos la Prosperidad, permitiendo el ingreso de recursos, conocimientos y oportunidades fortaleciendo el crecimiento y la mejora continua.

1.5.1.7 Identificación de ingresos claves de la idea de negocios

Los ingresos de la granja avícola huevos la prosperidad, provienen principalmente de la venta de los huevos, aunque también se recibirán ingresos de actividades secundarias que permitirán el máximo aprovechamiento de los recursos, a continuación, se mencionan algunas de estas actividades que reflejan fuentes de ingresos.

Tabla 6

Fuentes de ingresos granja huevos la prosperidad.

Fuentes de ingresos	Descripción
Venta directa de huevos frescos	Venta al por mayor y detal de huevos frescos a diferentes consumidores en el área metropolitana del municipio de Cúcuta.
Venta de abono o gallinaza	Aprovechamiento del estiércol de las aves para satanizar y así obtener la materia prima para la fabricación de abonos y fertilizantes.
Venta aves de descarte	Las aves al terminar su ciclo productivo se comercializarán obteniendo un ingreso adicional al terminar cada lote.
Capacitaciones y asesorías	Se brindará acompañamiento a pequeños productores interesados en aplicar nuestras practicas experienciales y técnicas como trabajo en equipo familiar

Nota. Elaboración de los autores

Estas fuentes de ingresos permiten que la Granja avícola huevos la Prosperidad mantenga un flujo de ingresos constante y estable, garantizando el aprovechamiento máximo de los recursos.

1.5.1.8 Identificación de costos claves de la idea de negocios

En la operación de la granja avícola huevos la prosperidad se requieren de varios tipos de costos los cuales son fundamentales para garantizar el correcto funcionamiento de los procesos; estos costos se dividen en costos fijos, variables e indirectos, cada uno con una función específica dentro del proceso productivo.

Tabla 7
Costos claves de la granja avícola huevos la prosperidad.

Tipo costo	Descripción
Costos fijos	Alimentación, servicios públicos, mano de obra directa, transporte, insumos veterinarios
Costos variables	Estos varían dependiendo con la frecuencia o cantidad de producción, ejemplo. Empaques, dotación, capacitación, imprevistos.
Costos indirectos	Estos se relacionan con la gestión administrativa de la empresa, gastos publicidad, mano de obra indirecta

Nota. Elaboración de los autores

El control adecuado en estos costos permite mantener un control en la rentabilidad de la granja, evitando, gastos innecesarios, sobrecostos y así poder mantener un equilibrio financiero.

1.5.2 Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios

El modelo Canvas es una herramienta que permite visualizar de manera general como es el funcionamiento de un negocio; a través de este lienzo se resume los principales componentes necesarios para la puesta en marcha de la granja avícola huevos la prosperidad.

Figura 2
Lienzo Canvas de la granja avícola huevos la prosperidad.

Concepto del PMV:				
1. Problema: Alta competencia en el mercado local con enfoque en precios bajos, lo que dificulta la penetración de productos de calidad diferenciada. Falta de conciencia del consumidor sobre la importancia de la procedencia del producto. ¿Quiénes son los afectados por este problema?	4.Solución: 1. Producción sostenible y respetuosa con el medio ambiente. 2. Ofrecimiento de un precio competitivo sin sacrificar calidad. 3. Alimentación orgánica complementaria que garantiza huevos más nutritivos.	3.Propuesta de valor: Aves alimentadas con una dieta mixta (80 % concentrado de calidad + 20 % alimentación orgánica). -Proceso productivo controlado, con uso de ventiladores, música ambiental y pastoreo diario. -Entregas directas al consumidor final, garantizando frescura y trazabilidad. -Enfoque social y familiar: generación de empleo, fortalecimiento del tejido rural y promoción de la	9.Ventaja competitiva: Atención personalizada y fidelización por confianza y calidad. Comunicación directa para retroalimentación y seguimiento de pedidos. Relaciones basadas en cumplimiento, honestidad y servicio constante.	2.Segmento de clientes: Familias de estratos medio y alto en la ciudad de Cúcuta que priorizan la frescura y calidad del producto. Consumidores con conciencia ambiental y preocupación por una alimentación saludable.
	8.Recursos clave - Infraestructura: galpones, comederos, bebederos, ventiladores y áreas de empaque. -Recurso humano familiar con roles definidos.		5.Canales: Ventas directas por WhatsApp y llamadas telefónicas. Entregas a domicilio en barrios como Guaimaral, Quinta Bosch y Ceiba.	Establecimientos gastronómicos como panaderías, charcuterías, restaurantes y hoteles que buscan un

Productores locales: enfrentan barreras para crecer y formalizarse. Consumidores: carecen de acceso constante a huevos frescos, sanos y producidos responsablemente.	-Capital de trabajo para alimentación y mantenimiento. -Conocimiento técnico adquirido mediante capacitación con FENAVI. -Vehículo de transporte para entrega directa.	sostenibilidad alimentaria.	Suministro semanal a panaderías, charcuterías y restaurantes locales. Venta de excedentes a una distribuidora regional.	proveedor confiable y -productos de alta calidad. Distribuidora aliada que adquiere huevos pequeños o de segunda selección para su comercialización.
7. COSTOS Costos fijos: alimentación, servicios, mantenimiento, transporte y mano de obra. Costos variables: compra de pollitas, vacunas, empaques, combustible y suplementos. Costos indirectos: contabilidad, registros, publicidad y mantenimiento técnico.		6. Ingresos Venta directa de huevos (por cubeta o contrato de suministro). Comercialización a establecimientos locales. Venta secundaria de huevos pequeños o excedentes a distribuidoras. Futuro aprovechamiento del estiércol como abono orgánico.		

Nota. Elaboración de los autores

Este modelo permite ver cómo funciona cada uno de los componentes integrados en la operación de tal forma que hacen que cada proceso sea indispensable para la granja avícola Huevos la Prosperidad pueda ofrecer un producto integral e innovador.

1.5.3 Población

La población objeto del estudio se enfoca a los establecimientos comerciales y consumidores finales ubicados en el área metropolitana de Cúcuta, conformado por, Cúcuta como cabecera municipal, y municipios aledaños, Los Patios, Villa del Rosario, y El Zulia, quienes están interesados en la compra y consumo de huevos frescos provenientes de la granja avícola Huevos la Prosperidad, ubicada en la zona rural de Buena Esperanza, vereda la prosperidad, municipio de Cúcuta, norte de Santander.

Para tener en cuenta la población objeto de estudio se tienen en cuenta los consumidores finales, comerciantes minoristas y propietarios de pequeños negocios gastronómicos que son clientes habituales y no habituales de la granja avícola Huevos la prosperidad conformada por 55 clientes de los cuales se seleccionaron 36 personas al azar.

1.5.4 Muestra

El tipo de muestreo utilizado fue el muestreo por conveniencia, el cual, según Hernández Sampieri (2014), se utiliza cuando el investigador selecciona a los participantes que están disponibles o interesados a colaborar, permitiendo recolectar información de manera precisa y directa.

En este caso, la muestra estuvo conformada por 36 personas, entre consumidores finales, comerciantes minoristas y propietarios de pequeños negocios gastronómicos localizados en Cúcuta, los Patios, Villa del Rosario y en el Zulia.

Las encuestas se realizaron por medio de formularios digitales en Microsoft Forms, para conocer los hábitos de compras y preferencia de los consumidores.

Esta información permitió conocer y comprender mejor el comportamiento del mercado y ajustar la propuesta de valor de la Granja Huevos la Prosperidad, enfocando en la frescura, calidad y rapidez de entrega del producto; así garantiza la confianza que los clientes buscan al adquirir huevos frescos y de calidad

1.5.5 Técnicas e instrumentos de recolección de información

Para el desarrollo del estudio de mercado y la validación del modelo de negocio, se aplicaron técnicas mixtas de investigación, combinando métodos cuantitativos (análisis estadístico de encuestas) y cualitativos. (observaciones directas).

El Formato de encuesta aplicada a consumidores y comerciantes, cuyo objetivo del instrumento es recolectar información sobre los hábitos de consumo, preferencias y percepciones del cliente frente al

producto, con el propósito de validar la viabilidad del modelo de negocios para la granja avícola Huevos la Prosperidad.

Tabla 8
Formato encuestas granja avícola Huevos la Prosperidad

Pregunta	Opciones de respuesta
1. Edad	_____
2. Genero	Masculino ___ Femenino ___
3. Municipio de residencia	Cúcuta ___ Los Patios ___ Villa del Rosario ___ El Zulia ___
4. factores a tener en cuenta al momento de comprar huevos	Precio ___ Frescura ___ Apariencia ___ Origen ___ Sostenibilidad ___
5. ¿Qué color de huevos prefiere?	Blanco ___ Rojo ___ No tengo preferencia ___
6. Qué tamaño de huevos prefiere	Pequeño ___ Mediano ___ Grande ___ No tengo preferencia ___
7. ¿Sabe qué características tiene un huevo orgánico?	Si ___ No ___
8. considera importante incluir alimentos orgánicos en su alimentación habitual.	Si ___ No ___
9. ¿Cuántos huevos consume a la semana	1-5 ___ 5-10 ___ 10-12 ___ más de 12 ___
10. Lugar habitual para la compra de huevos	Tiendas de barrio ___ supermercado ___ plaza de mercado ___ directamente de granja ___
11. ¿cuánto está dispuesto a pagar por un cartón de huevos frescos?	Entre 8000 a 12000 ___ 12.000 a 16.000 ___ 16.000 a 22.000 ___

Nota. Elaboración de los autores

Las encuestas se realizaron con clientes actuales de la granja, distribuidores y asesores técnicos de FENAVI, con el fin de profundizar en la percepción del producto, las oportunidades de mejora y las barreras de entrada al mercado formal.

Observación directa en los galpones de la Granja Huevos La Prosperidad, para analizar los procesos de producción, clasificación y empaque, identificando oportunidades de estandarización y control de calidad.

Adicionalmente se realizó un análisis de fuentes primarias y secundarias como: Informes del sector avícola colombiano, datos del DANE y FENAVI sobre consumo per cápita, normativas sanitarias y ambientales del ICA, registros contables internos de costos y ventas.

La información recolectada se consolidó mediante herramientas de análisis descriptivo, permitiendo elaborar indicadores sobre el perfil del consumidor y la percepción del producto.

1.6 Alcances y limitaciones

El alcance que tiene la producción y comercialización de la granja avícola Huevos la Prosperidad se centra en la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana, conformada por los municipios de Villa del Rosario, Los Patios, y el Zulia, en esta zona se realiza la distribución y comercialización directa de los huevos frescos con fecha de producción no mayor a tres días, garantizando que el producto llegue en óptimas condiciones al consumidor final.

CAPÍTULO II Modulo de Mercado

2 Módulo de mercado

2.1 Investigación de mercado

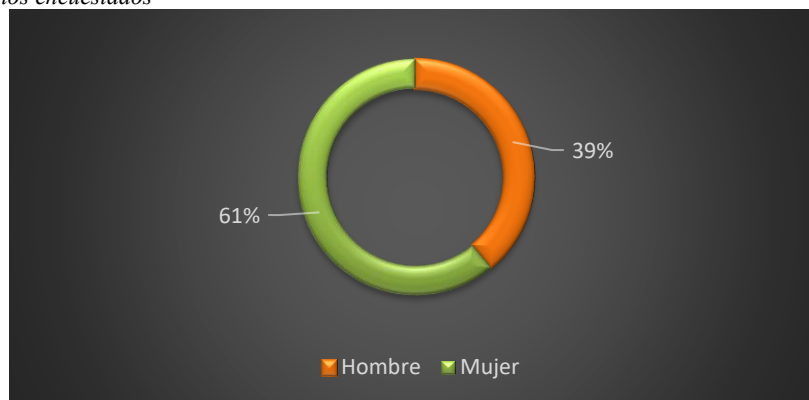
El mercado avícola en Colombia, y especialmente en los Santanderes, mostro un crecimiento sostenido en los últimos años. En Norte de Santander, se reportaron 242 granjas avícolas registradas. (ICA, 2021); mostrando una base productiva más elevada en municipios tales como Chinácota, la zulia, Ocaña, Villa del Rosario, Los patios, Bochalema y Cúcuta. La producción en Colombia sigue en alza y para el año 2024, se superó los 18.000 millones de huevos y un consumo per cápita de 342 unidades; en lo corrido del 2025, se superó esa cifra por un récord de consumo per cápita de 365 unidades. (FENAVI,2025). Este comportamiento demuestra que la demanda continua estable y creciente, favorable para la granja avícola Huevos la Prosperidad.

En Cúcuta y su área metropolitana el mercado combina pequeños y medianos productores con distribuidores de alcance nacional como es el caso de huevos Kikes, quien maneja una red logística en múltiples ciudades; y marcas locales como huevos Torqui, Granja Rior y huevos Villa Paula. Estos productores elevan la competencia sobre todo en las localidades donde el precio es un factor decisivo, aun así, la granja avícola huevos la prosperidad, localizo un segmento de población, quienes valoran la frescura, la trazabilidad y el trato directo con el productor, quienes están dispuestos a pagar un precio mayor a cambio de recibir valor agregado en los productos que adquieren como por ejemplo, la entrega se realiza antes de las 24 horas, se entregan en empaques biodegradables nuevos, llamativos y resistentes, también se cuenta con empaques premium, se cuenta con servicio a domicilio y comunicación directa entre consumidor final y productor lo que facilita conocer las observaciones poder realizar mejoras continuas al menor tiempo.

Se puede concluir que, aunque el precio sea mayor que el de la oferta masiva, la granja avícola huevos la prosperidad ofrece valor superior que estos clientes están dispuestos a pagar.

Con base en los hallazgos de la encuesta del estudio de mercado, obtuvimos lo siguiente y concluimos lo siguiente de acuerdo con los resultados

Figura 3
Distribución de genero de los encuestados

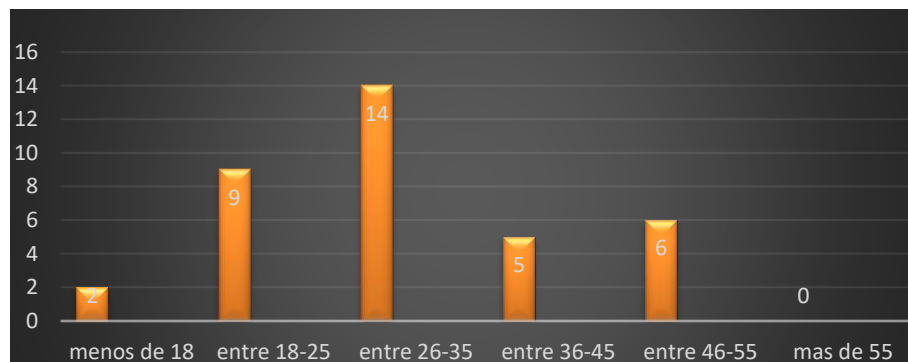


Nota. Elaboración de los autores

De acuerdo con la primera pregunta para conocer la distribución de genero de 36 personas encuestadas se obtuvo que el 61% son mujeres y el 39% son hombres.

El resultado muestra que la mayoría que la mayoría de los encuestados son mujeres, esto confirma que las mujeres son las que se encargan de realizar compras en el hogar y, por ende, tienen influencia directa en la elección de productos alimenticios como los huevos, este dato es muy importante para la granja avícola huevos la prosperidad, ya que permite enfocar las estrategias de promoción y fidelización hacia las mujeres.

Figura 4
Rango de edad

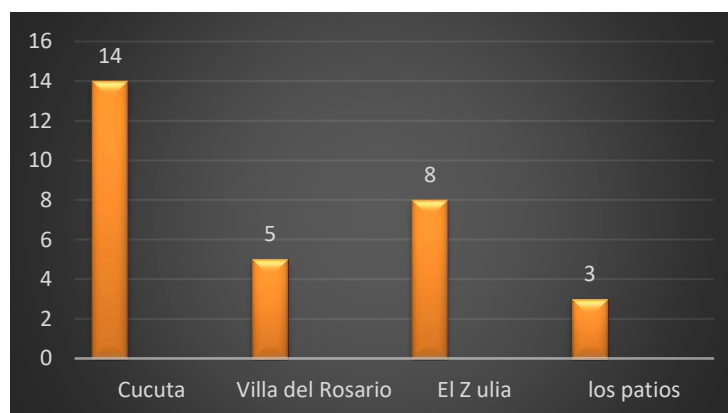


Nota. Elaboración de los autores

Conforme a las edades de las personas encuestadas estuvieron comprendidas entre los de menos de 18 años y 55 años, donde el rango que tuvo más relevancia entre 26 y 35 años con un porcentaje del 39%, seguido entre la edad comprendida entre 18 y 25 años con porcentaje de 25%.

Se observa que la mayoría de las personas encuestadas tienen edades entre 26 y 35 años, representando el 39% de total, seguidas por el grupo entre 18 y 25 años con un 25%. Estos indican que el mayor interés por el consumo de huevos frescos proviene de personas jóvenes y adultas quienes suelen estar más informadas sobre la importancia de adquirir hábitos de alimentación saludables; para la granja huevos la prosperidad, este resultado demuestra que su mercado principal este compuesto por personas en edad productiva, muchas de ella familias que velan por el cuidado de la alimentación en su hogar.

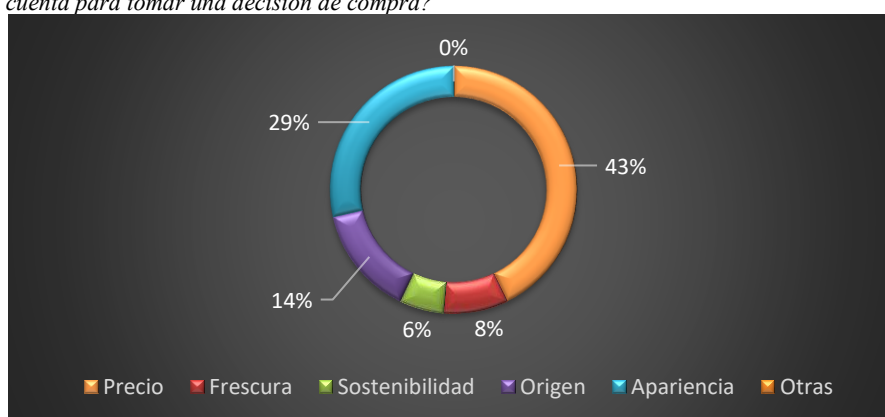
Figura 5
Municipio de residencia



Nota. Elaboración de los autores

Las encuestas se realizaron principalmente en la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana, incluyendo los municipios de Villa del Rosario, Los Patios y el Zulia, esto refleja que el estudio de mercado se centra en la zona donde actualmente se tiene mayor comercialización del producto de la granja avícola huevos la prosperidad, lo que permite conocer de primera mano las preferencias de los clientes reales y potenciales, además que se cuenta con la ubicación estratégica porque es un área de fácil acceso para la distribución diaria del producto, lo que favorece mantener la frescura de los huevos y fortalece la fidelidad de los consumidores finales.

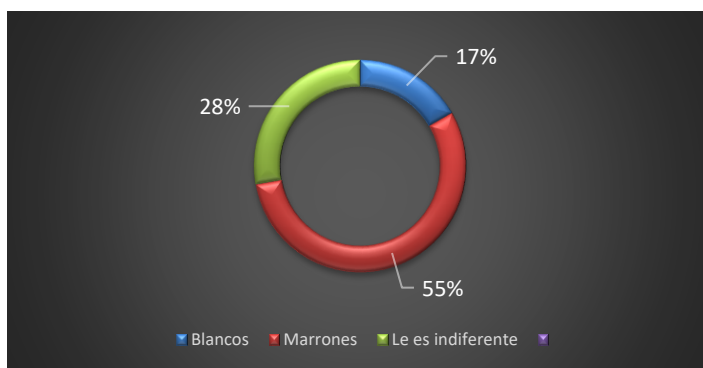
Figura 6
¿Qué factores tiene en cuenta para tomar una decisión de compra?



Nota. Elaboración de los autores

Los resultados muestran que el factor más determinante al momento de comprar huevos para la mayoría de los encuestados radica en el precio con un porcentaje del 33%, no obstante, también se evidencia que el 29% manifestó que la frescura del huevo es importante al momento de la compra, también esta los que se fijan en la apariencia del producto estos con un 22%, lo que indica que la calidad, precio y apariencia son los factores que predominan al momento de la compra de huevos. Para la granja avícola huevos la prosperidad este análisis le permite reafirmar la necesidad de mantener precios competitivos sin descuidar su valor agregado.

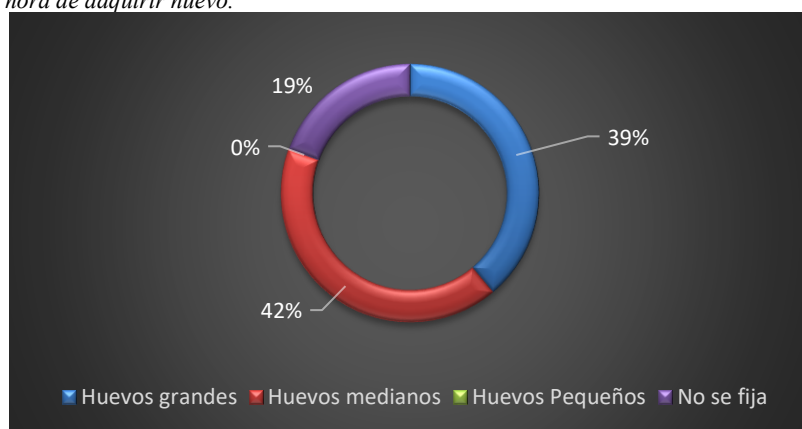
Figura 7
Preferencia de color de huevo



Nota. Elaboración de los autores

Según los resultados, 56% de los encuestados prefieren huevos de cascara de color marrón, mientras que un 28% manifestó que el color le resulta indiferente, cabe indicar que solo el 17% prefiere huevos de cascara blanca, esta indica que los consumidores tienen preferencia por los huevos de cascara marrón, lo que favorece a la granja avícola huevos la prosperidad ya que el cien por ciento de la producción es de gallinas de genética de huevos color marrón, además tiene la oportunidad de captar la atención de aquellos consumidores que no le dan importancia al color.

Figura 8
preferencia de tamaño a la hora de adquirir huevo.



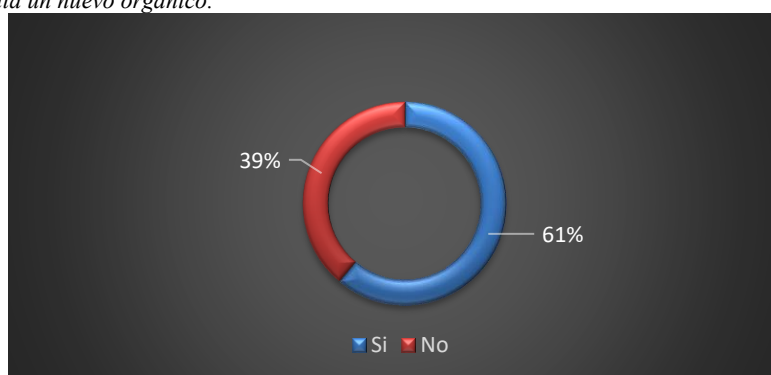
Nota. Elaboración de los autores

La pregunta de la preferencia del tamaño de los huevos se hizo con el fin para conocer que producto se puede comercializar en mayor proporción Donde un 42% se decide por huevos medianos, seguido de

un 39% de los encuestados prefieren huevos tamaño grande y un 19% de las personas no se fija en esta cualidad.

Esto demuestra que el consumidor promedio busca un huevo que mantenga una equivalencia entre tamaño y precio, siendo los medianos más demandados tanto por practicidad y su costo más accesible, ya que por lo general los tamaños extragrandes son más difíciles de adquirir y tienen precios más elevados; es por ello que la granja avícola huevos la prosperidad tiene gran oportunidad en esta población ya que el tamaño medio predomina en su producción.

Figura 9
Características que representa un huevo orgánico.

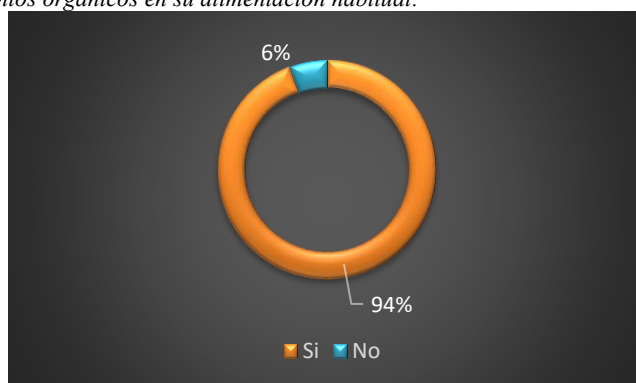


Nota. Elaboración de los autores

De acuerdo con la pregunta ¿sabes que características representa un huevo orgánico? La cual se planteó esta pregunta como estrategia para la educación al consumidor para que conozcan sus beneficios y propiedades del huevo orgánico. Los resultados arrojan que un 61% si tiene conocimientos y un 39% de los encuestados no tiene conocimientos de las características que representa del producto.

Figura 10

Considera importante incluir alimentos orgánicos en su alimentación habitual.



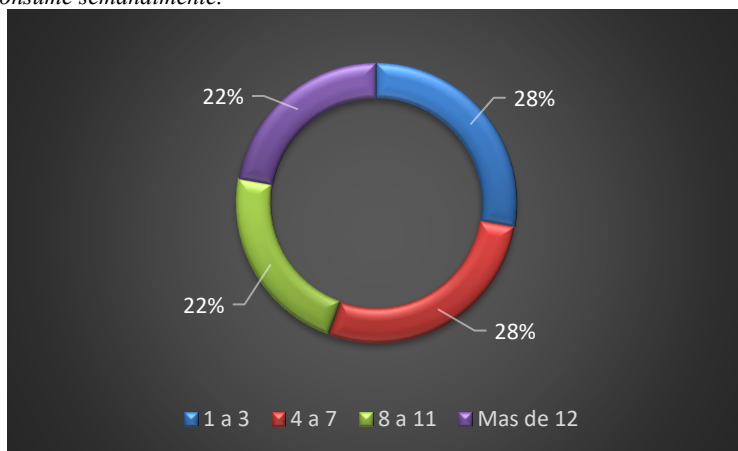
Nota. Elaboración de los autores

Los resultados evidencian que in 61% de los encuestados si tiene conocimiento sobre las características de un huevo orgánico, mientras un 39% restante no se encuentra familiarizado con este tipo de producto lo que demuestra que, aunque buena parte de los consumidores reconocen el valor de los huevos orgánicos, todavía existe un grupo importante que desconoce los beneficios de los productos orgánicos.

Para la granja este resultado representa tanto una ventaja como una oportunidad de educar al consumidor sobre los beneficios al consumir huevos orgánicos y frescos.

Figura 9

En promedio cuantos huevos consume semanalmente.



Nota. Elaboración de los autores

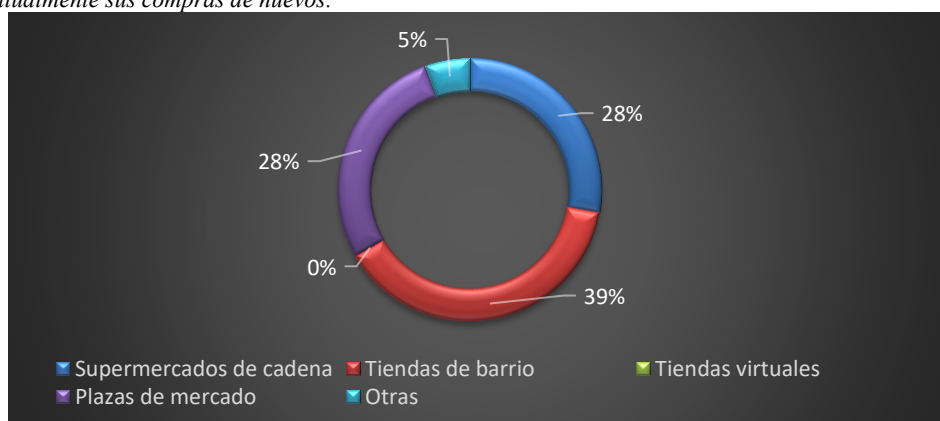
De acuerdo con la pregunta ¿en promedio cuantos huevos consume semanalmente? La cual esta inquietud se estructuro para conocer los hábitos y frecuencia de consumos. Las cuales la encuesta arroja resultados que un 28% consume de 1 a 3 huevos semanalmente, igualmente un 28% consume entre 4 a 7 huevos. Seguido de 22% de los encuestados consume entre 8 a 11 huevos e igualmente el otro 22% de los encuestados consumen más de 12 huevos semanalmente.

Estos datos muestran que el consumo de huevo está muy presente en la alimentación de las familias cucuteñas, y la mayoría de los encuestados lo incluye en su alimentación habitual.

Esta información es positiva para la granja avícola huevos la prosperidad ya que confirma que el huevo es una proteína de consumo básico en la canasta familiar, y se puede seguir proyectando en el crecimiento continuo de la producción.

Figura 10

Donde realizas habitualmente sus compras de huevos.



Nota. Elaboración de los autores

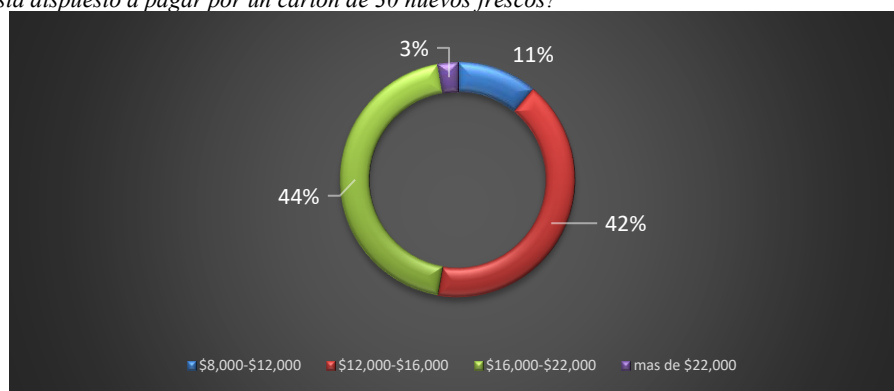
Conforme a la pregunta planteada ¿Dónde realizan habitualmente sus compras de huevos? Proyecta resultados importantes para determinar la dirección que deben ser orientados los procesos de comercialización. Ante las respuestas, el 39% de los entrevistados respondió que lo realizan por medio de tiendas de barrio, siendo este el lugar más cercano de adquisición, mientras que un 28% de los

encuestados prefieren en supermercados, por otra parte, también un 28% lo hacen por medio de plazas de mercado, y por último un 6% de los encuestados realizan su compra directamente de granjas.

Esto indica que la mayor parte de los consumidores aun optan por comprar huevos en lugares tradicionales, para la granja avícola huevos la prosperidad esto refleja una oportunidad importante para fortalecer la distribución local, seguir realizando entregas diarias a tiendas, panaderías, supermercados y charcuterías ya que son los puntos donde se mas rota rápido el producto; y también seguir motivando la compra directa a domicilio ya que esto evita que el consumidor deba desplazarse hasta otro lugar para adquirir huevos frescos y sin riesgo a que se averíen en el camino.

Figura 11

¿cuánto dinero está dispuesto a pagar por un cartón de 30 huevos frescos?



Nota. Elaboración de los autores

De acuerdo con la pregunta ¿cuánto dinero está dispuesto a pagar por un cartón de 30 huevos frescos?, de las 36 personas encuestadas, los resultados muestra que un 44% equivalente a 16 personas afirmaron que pagarían entre \$16.000 y \$22.000, lo que evidencia un segmento importante del mercado dispuesto a invertir un poco más por obtener huevos frescos provenientes directamente de la granja; por otro lado, el 42% equivalente a 15 personas están dispuestas a pagar entre \$12.000 y \$16.000 por un cartón de 30 huevos frescos, esto refleja que el consumidor final reconoce la presentación de un producto de buena procedencia manteniendo un equilibrio entre calidad y precio; por otra parte, el 11% de los encuestados (4 personas) expreso que pagaría entre \$8.000 y \$12.000 lo que evidencia la sentencia de un

segmento más sensible al precio motivados por el ahorro antes que por la calidad del o el origen del producto, finalmente, 1 persona(3%) indico que pagaría mas de \$22.000, representando un nicho pequeño, posiblemente relacionado con consumidores de alto poder adquisitivo o con un interés de productos premium.

En conclusión, los resultados reflejan que el rango de precio más aceptado por los consumidores se encuentra entre \$12.000 y \$22.000, lo que se ajusta perfectamente al precio actual de venta al consumidor final de la granja avícola Huevos la Prosperidad que se encuentra entre \$12.800 a \$15.000.

2.1.1 Análisis del mercado

Con el fin de comprender el contexto en el que se desarrolla el modelo de negocio de Granja Huevos La Prosperidad, se aplicó el análisis PESTEL, el cual permitió identificar los factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ambientales y Legales que influyen en la actividad avícola en Cúcuta y en la sostenibilidad del emprendimiento.

Tabla 9

Variable PESTAL avicola Huevos la Prosperidad

	Factor	Detalle	Plazo		
			Corto	Mediano	Largo
POLÍTICO (P)	Políticas gubernamentales	El desarrollo de la actividad Avícola se rige por políticas del instituto Agropecuario (ICA) y el ministerio de Agricultura, que promueven, la producción rural. La ley 1876 de 2017 art.22 (sistema de innovación agropecuaria) impulsa programas de asistencia técnica y apoyo a pequeños productores. Esto representa una oportunidad para acceder a proyectos de fortalecimiento rural.		X	
	Cambios políticos publicas	Sin embargo, los cambios en políticas públicas o en subsidios al sector pueden generar incertidumbre en el acceso a insumos o apoyos rurales, por ello la granja avícola Huevos la Prosperidad, debe mantenerse actualizada en las disposiciones locales y nacionales.			X
ECONÓMICO (E)	Aumento de precios	Los costos de los concentrados, transporte y medicamentos avícolas tienden a incrementarse por la inflación y el alza del combustible, afectando la rentabilidad	X		
	Creciente demanda	No obstante, la creciente demanda nacional (365 huevos per cápita según FENAVI 2025) y el interés por productos frescos, orgánicos y locales representan una oportunidad de crecimiento económico para la granja avícola Huevos la Prosperidad.		X	
SOCIAL (S)	Nuevas tendencias	Existe una tendencia social hacia el consumo responsable, saludable que favorecen la aceptación del producto frescos de la granja avicola la prosperidad.	X		
	Incremento en la concientización de los productos de la empresa	Los consumidores locales muestran interés por productos frescos y de origen conocido. Lo cual fortalece el vínculo entre productor y cliente, sin embargo, los sectores de bajos recursos priorizan el precio.	X		

	Factor	Detalle	Plazo		
			Corto	Mediano	Largo
TECNOLOGÍA	Uso de herramientas digitales	El uso de herramientas digitales ha permitido una comercialización directa y eficiente, la digitalización mejora la comunicación con los clientes y reduce la dependencia de intermediarios.	X		
	Apertura de nueva tecnología al sector avícola	El uso de tecnologías avanzadas por grandes Empresas avícolas afectara, de alguna manera a los pequeños, ya que disminuyen costos en mano de obra, lo que reduce el costo de los productos.		X	
AMBIENTE	Normatividad ambiental	Mediante (la ley 99) establece en marco general de protección y licencias ambientales en los (art. 49 a 62), son fundamentales para la regulación de proyectos, avícolas.	X		
	Actualización de los POT	Estas nuevas actualizaciones limitan la expansión de nuevos proyectos avícolas, lo que puede generar restricciones al crecimiento de estas. Acuerdo 022 de 2019, art. 122)			X
LEGAL	Formalización	La formalización ante la cámara de Comercio, y la DIAN, permite operar a las empresas avícolas dentro del marco legal, acceder a beneficios y consolidarse como empresa formal en el sector agropecuario.		X	

Nota. Elaboración de los autores

2.1.2 Identificación del cliente

El mercado objetivo de la productora granja avícola Huevos la Prosperidad, ubicada en la zona rural de Buena Esperanza en la vereda La Prosperidad del municipio de Cúcuta, Norte de Santander. Se compone de consumidores finales entre ella amas de casa, personas fitness y pequeños establecimientos comerciales ubicados en la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana (Los Patios, Villa del Rosario y El Zulia), interesados en adquirir huevos frescos y de excelente presentación, provenientes de una producción con condiciones óptimas.

La empresa ha logrado consolidar una cartera de 20 clientes leales mediante una estrategia de atención personalizada, cumplimiento en las entregas y una propuesta de valor centrada en la frescura, confianza y calidad del producto. El enfoque comercial se orienta a satisfacer las necesidades de hogares y negocios que buscan alimentos frescos y de excelente apariencia y calidad, con un contacto directo con el productor.

De acuerdo con los resultados del estudio de mercado y la experiencia práctica obtenida, el público objetivo de Granja avícola Huevos La Prosperidad se clasifica así:

Tabla 10
Segmentos cliente granja avícola huevos la prosperidad

Tipo segmento	Descripción detallada
Geográfico	Comprende la zona de Cúcuta donde su nicho de mercado se ubica en los barrios de clase media y alta como el barrio Guaimaral, quinta Bosch, Ceiba y el Colsag y su área metropolitana conformada por los municipios de villa del rosario, los patios y la zulía.
Psicográfico	Se enfoca a los consumidores que se preocupan por el origen y frescura de los productos con los que alimentas a sus familias, que muchos adoptan estilos de vida saludables y asocian el consumo de huevo como ingesta de la mejor proteína.
Conductual	Los consumidores realizan compras frecuentes, en su mayoría semanales, su fidelidad radica en la frescura y apariencia del producto ya que están empacados en cartones biodegradables con colores llamativos (verde, amarillo y morados) y también gracias a la atención personalizada
Demográfico	El público estos compuestos por personas entre 26 a 45 años, de los cuales el 61% son mujeres y el 39% hombres, pertenecen a estratos 3,4 y 5 y se desempeñan como profesionales, amas de casa o empresarios del sector gastronómico.

Nota. Elaboración de los autores

2.1.3 Buyer persona (Basándose en la segmentación)

El Buyer Persona representa el cliente ideal de Granja avícola Huevos la Prosperidad, construido a partir de los resultados del estudio de mercado, la segmentación de clientes y la experiencia práctica en las ventas y distribución del producto.

Este perfil sintetiza las características, motivaciones y hábitos de consumo del público objetivo que más se identifica con la propuesta de valor de la granja.

Buyer Persona 1: Deccy Rojas – “La consumidora saludable”

Edad 30 años, su ocupación es de Docente en la institución Educativa Nacional de Comercio estado civil es casada, con 2 hijos pequeños. Reside en el barrio Quinta Bosch de Cúcuta, estrato socioeconómico es 4, su nivel educativo es Posgrado. Realiza compras semanales de huevos frescos, prefiere productos de origen local y evita los industriales o de grandes cadenas, valora la frescura, el tamaño uniforme y la presentación limpia del producto, usa WhatsApp o llamadas telefónicas para realizar sus pedidos y aprecia el servicio a domicilio gratuito.

Su motivación es proteger la salud y alimentación de su familia, contribuir con el apoyo a productores locales, confianza en la calidad, frescura y sabor del producto, aprecio por el trato directo y personalizado. Sus frustraciones son desconfianza en huevos de supermercados por su antigüedad o manipulación, molestias por el transporte o empaque deficiente que daña los huevos, inseguridad sobre el origen o las prácticas de producción en grandes marcas.

figura 11
Buyer Persona: Deccy Rojas – “La consumidora saludable”



Nota. Elaboración de los autores

Buyer Persona 2: Oscar Morales – “El cliente mayorista leal”

Edad 45 años, ocupación propietaria de charcutería en Cúcuta, Reside en el barrio Guaimaral, su estrato socioeconómico es 4, semanalmente entre 6 y 12 cubetas, valora el cumplimiento en las entregas y la calidad del producto, aprecia los incentivos mensuales y promociones (cartón de obsequio o huevos

adicionales), realiza sus pedidos por teléfono o WhatsApp, y organiza sus compras según la disponibilidad de producción. Su motivación es mantener la calidad de los productos que ofrece a sus clientes finales, contar con un proveedor estable y confiable, aprovechar el servicio a domicilio y la atención directa.

Sus frustraciones son por los precios inestables o competencia desleal con proveedores informales, productos frágiles o con alto porcentaje de rotura, el cliente ideal de Granja avícola Huevos La Prosperidad se caracteriza por ser una persona o microempresario consciente de la calidad alimentaria, que valora la frescura, la confianza y el trato directo con el productor, Su motivación principal no es el precio, sino la seguridad y garantía de consumo de un producto saludable. El conocimiento profundo de este perfil ha permitido diseñar estrategias efectivas de fidelización, empaque, atención y servicio a domicilio, las cuales fortalecen la relación con el cliente y diferencian a la empresa en el mercado local.

figura 12

Buyer Persona 2: Oscar Morales – “El cliente mayorista leal”



Nota. Elaboración de los autores

2.1.4 Necesidades que se esperan satisfacer del cliente y consumidor

Según la teoría de la motivación de Abraham Maslow (1943), el huevo se clasifica en el nivel de necesidades fisiológicas básicas, ya que forma parte de los alimentos esenciales para la subsistencia humana.

Sin embargo, en el contexto actual del consumo consciente, Granja avícola Huevos La Prosperidad, busca satisfacer además necesidades de orden superior, tales como, salud y nutrición poder ofrecer alimentos frescos y ricos en proteínas, confianza para brindar un producto de origen conocido y trazable, el consumo responsable busca promover prácticas de respeto por el bienestar animal, la conexión con el productor para fortalecer el vínculo humano entre consumidor y productor, y por último el valor percibido para ofrecer beneficios adicionales que mejoren la experiencia de compra, como empaque, entrega e incentivos.

2.2 Análisis de competencia

En la ciudad de Cúcuta, el mercado de los huevos es bastante competitivo. Existen empresas grandes y reconocidas a nivel nacional como Huevos Kikes, Huevos Torqui y Granja Rior, además de pequeños productores locales que también comercializan sus productos en tiendas de barrio, plazas de mercado y supermercados. Estas empresas tienen una gran ventaja en cuanto a infraestructura, publicidad y cobertura, lo que hace que sea un mercado exigente para quienes están en proceso de crecimiento empresarial.

Desde que se inició con la granja avícola Huevos la Prosperidad, ha adquirido paulatinamente un espacio en el mercado gracias a la calidad, frescura y confianza que se transmite a través de los clientes. El enfoque no está en competir por precios bajos, sino en ofrecer un producto fresco, y de buena presentación, producido, bajo condiciones de bienestar animal y manejo responsable de los recursos tanto humanos como ambientales. Esto ha permitido mantener una clientela estable, especialmente en sectores

donde las personas valoran más la calidad del producto que el precio. Se realiza una comparación entre las principales empresas competidoras y la granja avícola Huevos la Prosperidad, en aspectos como, el tipo de producto, precio, distribución y relación con el cliente:

Tabla 11
Competidores de la granja avícola huevos la prosperidad

Factores	Huevos Kikes	Huevos Torqui	Granja Rior	Granja Huevos La Prosperidad
Tamaño y presentación del producto	Producción industrial, tamaños estándar.	Variedad mediana y grande.	Producción estándar.	Clasificación manual por tamaño; empaques nuevos, coloridos y resistentes.
Calidad del producto	Alta, procesos automatizados.	Buena, enfocada en volumen.	Media.	Excelente frescura y sabor; sin químicos ni conservantes.
Frescura y trazabilidad	Distribución nacional; almacenamiento prolongado.	Similar a Kikes.	Entregas semanales.	Entrega diaria o semanal según pedido; huevos recolectados el mismo día.
Precio promedio (por cubeta)	\$12.500 – \$13.000	\$12.000 – \$12.500	\$11.500	\$15.000 al consumidor final y \$12.800 a mayoristas, según tamaño y canal de venta.
Canales de distribución	Supermercados y tiendas de cadena.	Tiendas minoristas.	Plazas y mayoristas.	Entregas directas a hogares, restaurantes y charcuterías.
Cobertura	Nacional.	Regional.	Departamental.	Local: Cúcuta y su área metropolitana.
Publicidad y marketing	Alta inversión en medios y redes sociales.	Media, con presencia digital.	Baja.	Marketing directo y fidelización; redes sociales en desarrollo.
Responsabilidad social y ambiental	Producción intensiva.	Producción semi-intensiva.	Limitada.	Producción sostenible y alimentación orgánica complementaria.
Relación con el cliente	Impersonal.	Limitada.	Comercial.	Directa, cercana y personalizada.

Nota. Elaboración de los autores

Al realizar el análisis de la competencia se evidencia el posicionamiento de la granja avícola Huevos la Prosperidad, la cual se basa en tres aspectos, que han evidenciado resultados positivos en calidad, confianza y sostenibilidad; en la Calidad y frescura ya que los huevos se recolectan diariamente y se seleccionan de forma manual. Se usa empaques nuevos y de colores llamativos (morado, verde, amarillo y gris) que no solo protegen el producto, sino que también reflejan limpieza y cuidado. La alimentación de las aves, ya que se combina concentrado de buena calidad, con verduras y plantas de forraje como, el matarratón, botón de oro, zanahoria entre otras, lo que mejora el color y el sabor del huevo. La confianza y cercanía, es un servicio que valoran los clientes en la atención directa, por lo que se conoce

personalmente los gustos y necesidades, también se manejan estrategias de fidelización como obsequios de cartones de huevos adicionales o productos producidos en la finca durante las cosechas, se ofrece servicio a domicilio gratuitos a partir de 12 cartones o con descuento para compras después de seis cartones, lo que facilita la recompra y mantiene la confianza en nuestro producto.

En cuanto al bienestar animal en la granja avícola Huevos la Prosperidad se aplican prácticas que garantizan el confort de las aves, se cuenta con ventiladores para controlar la temperatura, música relajante para evitar el estrés y horarios de pastoreo a diario; El agua que consumen es tratada de acuerdo a las indicaciones del médico veterinario, Además, se aprovecha el estiércol como abono natural para los cultivos de plátano, naranjas, limones y aguacates, promoviendo un ciclo productivo aprovechable.

La competencia directa está representada por las empresas productoras y distribuidoras de huevos en la región, como Huevos Kikes, Huevos Torqui, Granja Rior, huevos Villa Paula y otros productores locales. Que Compiten principalmente en precios y cobertura, mientras que Granja avícola huevos la Prosperidad se diferencia por la cercanía con el cliente, la frescura y la atención personalizada.

La competencia indirecta están los negocios que ofrecen alimentos proteicos como carne de pollo, embutidos, queso y yogur, que también satisfacen la necesidad de consumo de proteínas. Aunque no compiten directamente con el huevo, influyen en los hábitos de compra del consumidor.

Adicional se encuentran algunos productos sustitutos que existen como opciones para reemplazar las proteínas de origen animal como, las legumbres o productos elaborados a base de proteína vegetal. También se encuentran los huevos industriales pasteurizados usados en la industria alimentaria. Sin embargo, ninguno de estos productos ofrece la misma versatilidad ni frescura que un huevo natural recién recolectado, lo que mantiene al huevo tradicional como el alimento preferido por los consumidores locales.

2.3 Marketing Mix

En la Granja avícola Huevos La Prosperidad, la estrategia de mercadeo no surgió de un plan teórico, sino del día a día y de escuchar directamente a los clientes. Con el tiempo se ha evidenciado que más allá de producir huevos, lo importante es entender lo que las personas valoran como, es la frescura, la confianza y la calidad en los productos que se ofrecen; Gracias a esa experiencia, hoy se aplican de manera lo que se conoce como el Marketing Mix, que reúne cuatro aspectos fundamentales; producto, precio, plaza (distribución) y promoción.

2.3.1 Producto

El producto principal son los huevos frescos, obtenidos de gallinas bien cuidadas, alimentadas con concentrado de buena calidad y complementos naturales como verduras, frutas y plantas de forraje. Esto nos ha permitido obtener huevos con una yema más oscura, una clara más firme y un sabor más auténtico, características que los clientes notan y valoran.

Cada huevo se selecciona y empaca a mano, cuidando que estén limpios y en buen estado. Se utilizan cartones nuevos de colores morado, verde y gris, que no solo protegen el producto, sino que también lo hacen más vistoso y presentable; los clientes incluso manifiestan que ese detalle le da más confianza a la hora de comprar.

figura 13

Huevos recolectados directamente del galpón



Nota. Elaboración de los autores

Finalmente, la estrategia es entregar los huevos lo más frescos posible, en la mayoría de los casos, se entregan el mismo día que fueron recolectados, para garantizar que al llegar al consumidor final llegue con la misma frescura con la que salió de la granja.

2.3.1.1 Marca

Con el fin de fortalecer el Branding de la granja avícola huevos la prosperidad, se propone el siguiente logo y diseño

figura 14
Nombre, logo y eslogan de la granja avícola huevos la prosperidad



Nota. Elaboración de los autores

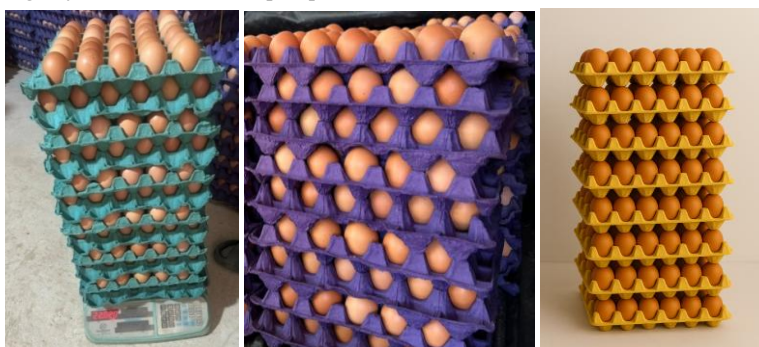
El nombre se eligió por votación de la familia ya que se tenía pensado el nombre de “huevos deli” hasta que finalmente se eligió “huevos la prosperidad” a representación de la vereda donde se inició el proyecto, el logo se eligió el de un huevo con un guiño feliz ya que representa, la delicia en probar cada huevo, los colores, se eligió el color que representa los huevos que producimos el cual se llaman popularmente marrón o rojos, el fondo verde que representa la proveniencia del campo y el color negro de la gorra representa el estilo con se maneja el producto, finalmente el logo se eligió “proteína para todos los días” ya que el huevo es indispensable en la mesa de los hogares.

2.3.1.2 Diseño

En la granja avícola Huevos la Prosperidad se enfocó en la importancia que tiene el diseño y presentación de los empaques, ya que son parte fundamental de la imagen del producto y de la experiencia, que se le aporta al cliente, los huevos son empacados en cartones biodegradables de 30 unidades, elaborados con materiales reciclables y resistentes, que brindan una protección al producto durante el transporte, estos empaques se presentan en colores llamativos (verdes, morados, amarillos y grises) lo que refleja una sensación agradable entre frescura y limpieza.

figura 15

Empaque tradicional de la granja avícola huevos la prosperidad



Nota. Elaboración de los autores

Además del empaque tradicional se ha desarrollado una presentación premium, pensada para clientes que buscan un producto más exclusivo, este empaque se caracteriza por ser tejido en forma de canastilla en material crochet, elaborada en diferentes colores y de forma artesanal.

figura 16

Empaque premium de la granja avícola huevos la prosperidad.



Nota. Elaboración de los autores

figura 17
etiqueta para los huevos de la granja avícola Huevos la Prosperidad



Nota. Elaboración de los autores.

Todos los empaques incluyen una etiqueta personalizada, donde se puede observar el logo de la granja, el número de contacto para pedidos y el nombre comercial del producto, lo que facilita la comunicación directa entre el productor y el cliente, fortaleciendo la confianza y la fidelidad por la marca.

2.3.2 Precio

El precio se estableció teniendo en cuenta los costos reales de producción, empaque y transporte, pero también pensando en que el cliente reciba un producto justo por su dinero.

Actualmente manejamos dos precios:

En la venta directa al consumidor final se tiene un precio de \$15.000

COP por cubeta de 30 huevos, y en la venta al por mayor: \$12.800 COP por cubeta, según el tamaño del huevo y la cantidad de compra, (se incluye domicilio)

El costo total por cubeta, sumando alimentación, mano de obra, servicios, transporte y empaques, es de \$11.000 COP, lo que representa una utilidad estable, pero suficiente para mantener la operación y seguir creciendo.

La intención no es ser los más económicos, sino ofrecer un equilibrio entre calidad y precio ya que los clientes reconocen el esfuerzo que hay detrás del producto y eso les da tranquilidad de seguir comprando.

2.3.3 Plaza (Distribución)

Desde que inició sus operaciones la granja avícola Huevos la Prosperidad, se vende directamente al consumidor, sin intermediarios, esto ha ayudado a conocer mejor a los clientes y a mantener una relación cercana con ellos.

Las entregas se realizan principalmente por servicio a domicilio en Cúcuta y su área metropolitana (Los Patios, Villa del Rosario y El Zulia), los pedidos son entregados directamente en hogares, restaurantes, panaderías y charcuterías.

También se tiene una alianza con una distribuidora local que compra los huevos más pequeños o los excedentes de la producción del día. Esto permite rotar rápidamente el inventario y cumplir con la frescura del producto. La granja avícola Huevos la Prosperidad, se ha proyectado la apertura un punto de venta físico, ya que la atención directa y personalizada ha sido clave para mantener la confianza del cliente.

Tabla 12
Presentación y distribución del producto

Tipo de empaque	Cantidad de huevos	Uso o destino principal	Características
Cartón estándar	15 unidades	Venta directa a hogares pequeños	Ideal para consumo familiar reducido, cartones nuevos de colores morado, verde o gris.
Cartón estándar	30 unidades	Venta al consumidor final y a pequeños comercios	Presentación más solicitada; garantiza frescura y buena presentación.
Cartón estándar	12 cartones (360 huevos)	Distribución a panaderías, restaurantes y mayoristas	Se realizan torres de 12 cartones, para comodidad al transportar grandes cantidades
Empaque Premium en crochet	15 o 24 unidades	Regalos o presentaciones especiales	Canastilla tejida reutilizable, refuerza el concepto artesanal y sostenible.

Nota. Elaboración de los autores

La distribución implementada por la granja avícola Huevos la Prosperidad, garantiza que los productos lleguen frescos, y en óptimas condiciones a cada cliente. La diversidad en las presentaciones de los empaques amplía oportunidades comerciales y mejora la percepción de la marca.

2.3.4 Promoción

La mejor forma de promoción ha sido la voz a voz. Los mismos clientes recomiendan los huevos a sus familiares, vecinos y amigos, lo que ha permitido crecer sin invertir grandes cantidades en publicidad.

Se utiliza WhatsApp y llamadas telefónicas para recibir pedidos y coordinar entregas. En algún momento se implementó promocionar la granja en redes sociales como Instagram y TikTok, mostrando cómo se cuidan las aves y cómo se empaacan los huevos, Sin embargo, la demanda aumentó superando la capacidad de producción por lo que se decidió pausar la publicidad hasta ampliar la capacidad de producción.

Además, se realiza pequeñas acciones que motivan al cliente a seguir comprando como, obsequiar un cartón de huevos a los clientes mayoristas que compran constantemente, ofrecer seis huevos por la compra de dos cartones durante las primeras semanas de postura, entregar productos producidos directamente en la granja (plátano, naranjas o aguacates) como detalles durante las cosechas.

Estas iniciativas sencillas, pero sinceras, nos han ayudado a mantener una relación cercana con los compradores, demostrando que no son solo clientes, sino parte importante del crecimiento de la granja avícola Huevos la Prosperidad

2.4 Tendencias del mercado

En los últimos años el consumo de huevo en Colombia ha venido creciendo de manera positiva, antes, muchas personas pensaban que comer huevo todos los días podía ser malo, pero hoy en día se ha demostrado que es uno de los alimentos más completos y saludables que existen, ya que aporta proteínas, vitaminas y minerales esenciales para el cuerpo.

Según informes de (FENAVI, 2025), el consumo per cápita de huevo en el país llegó a 365 unidades por persona al año en el 2025, lo que quiere decir que en promedio cada colombiano consume un huevo diario. Este dato refleja que el huevo se ha convertido en un alimento básico en la mesa de todos los hogares colombianos, sin importar el nivel económico. En la ciudad de Cúcuta también se nota esta tendencia. Cada vez hay más personas que prefieren comprar huevos frescos y directamente del productor, porque confían más en los alimentos que conocen de dónde vienen. Esto ha beneficiado mucho a pequeños emprendimientos familiares como Granja avícola Huevos La Prosperidad, que ofrecen huevos recién puestos y entregados con amor y dedicación.

Otro aspecto importante ha sido el aumentado el número de personas que llevan un estilo de vida saludable o fitness, quienes consumen huevo de manera constante por su alto contenido de proteína y por ser un alimento natural y fácil de preparar. Estas personas se han convertido en un público clave para la venta de huevos, ya que los incluyen en casi todas sus comidas diarias.

También se nota una tendencia hacia el consumo responsable, donde los clientes se fijan no solo en el precio, sino en cómo se produce el alimento. Muchas personas valoran ahora el bienestar de los

animales, el uso de alimentos naturales y el cuidado del medio ambiente. En este sentido, la granja avícola Huevos la Prosperidad se ha esforzado por mantener prácticas que reflejan respeto y compromiso con las aves, como brindarles buena ventilación, música relajante, agua tratada, espacios adecuados para pastorear y asegurar su estado de confort.

Se puede decir que las redes sociales también son una herramienta importante para mostrar el trabajo que se realiza en las granjas. En el caso de la granja avícola Huevos la Prosperidad, cuando se publicó videos sobre cómo se las gallinas y cómo se empacan los huevos, muchas personas se interesaron y quisieron comprar, porque vieron la transparencia y el cariño con que se trabaja. Esto demuestra que los clientes valoran conocer la historia detrás de los productos que consumen.

Se concluye que, las tendencias del mercado del huevo en Colombia son muy versátiles y muestran que hay una gran oportunidad para seguir creciendo. Cada día, más personas buscan huevos frescos, lo que confirma que Granja avícola Huevos La Prosperidad va por un buen camino al ofrecer un producto de calidad que refleja dedicación, por los animales y compromiso con la salud de las personas.

CAPÍTULO III Modulo Técnico u operación

3 Modulo Técnico u operación

3.1 Descripción del Proceso

EL proceso productivo de la granja avícola huevos la prosperidad se describe a continuación:

3.1.1 Captación y tratamiento del agua

El agua que se utiliza para las aves proviene de un pozo subterráneo el cual pertenece a el sistema de acueducto veredal. Por ahora, el agua que llega a la granja es suficiente, pero más adelante se tiene proyectado realizar la concesión de un pozo propio exclusivo para uso de la granja avícola Huevos la Prosperidad, con los permisos requeridos, para tener total independencia.

El sistema de agua se maneja con dos tanques de 6.000 litros, que reciben el agua del pozo. Luego pasa por un proceso de filtración y de allí se transfiere a dos tanques de 2.000 litros, donde hacemos el tratamiento químico con la asesoría del veterinario.

El tratamiento consiste en aplicar 14 gramos de cloro granulado al 70% por cada 1.000 litros de agua, dejarlo actuar 12 horas, y luego agregar 100 ml de ácido acético por cada 100 litros para acidificar. Después de eso, el agua pasa a los tanques de cada galpón (de 500 litros) para el consumo diario de las aves y también se utiliza un tanque de 200 litros para preparar vitaminas o vacunas.

Figura 18
Captación, tratamiento y suministro de agua de la granja avícola Huevos la Prosperidad



Nota. Elaboración de los autores

El sistema de captación y tratamiento de agua implementado en la granja avícola Huevos la Prosperidad, garantiza un suministro continuo, seguro y de calidad para las aves, la articulación de fuentes confiables, almacenamiento adecuado y un proceso riguroso de desinfección y acidificación permite mantener estándares óptimos de salubridad. Sin embargo, el proyecto de contar con un pozo propio fortalecerá la autonomía hídrica de la granja, asegurando la sostenibilidad del recurso y la eficiencia operativa a largo plazo.

3.1.2 Infraestructura y recursos físicos

Se cuenta con tres galpones en funcionamiento, el primero con medidas 10*18 metros tiene capacidad para 1.000 aves ponedoras, el segundo con medidas 10*30 para 2.000 aves, y el tercero con medidas 10*25 metros, que es el más reciente, para 1.700 aves en etapa de levante; todos los galpones están bien equipados con mallas pajareras que evitan la entrada de animales silvestres, además de comederos, bebederos y ponaderos, Como valor agregado, les realizo gallineros elevados, donde las aves duermen en la noche; También se instalaron ventiladores para ayudarlas mitigar las olas de calor, adicional se instalaron parlantes para colocar música relajante, para mantenerlas tranquilas y evitar el estrés por ruidos del exterior. Se cuenta con un cuarto de almacenamiento de concentrado, donde se

organizan los bultos sobre estibas, según el tipo y la fecha para mantener el control de rotación; también está el cuarto de almacenamiento de huevos, donde se hace el conteo a diario y se clasifican de acuerdo con su tamaño. Por lo general toda la producción se vende el mismo día, lo que garantiza que los clientes siempre reciban huevos frescos.

También se cuenta con un cuarto de almacenamiento de insumos y medicamentos donde se guarda todo lo necesario para el cuidado de las aves, por consiguiente, se encuentra un punto ecológico donde se clasifican los desechos del día según su tipo, (aprovechables, no aprovechables y de riesgo Biológico), se instaló la zona de compostaje, donde se hace la descomposición controlada de las aves que por alguna razón mueren, cumpliendo con la normatividad ICA para el manejo sanitario.

Figura 15.

Galpones granja avícola Huevos la Prosperidad



Nota. Elaboración de los autores

3.1.3 Proceso productivo

El proceso productivo de la granja avícola Huevos la Prosperidad se realiza con dedicación, su interés radica en producir huevos, de forma responsable y cuidando a las aves; en la cría, cuando llegan las pollitas de un día, se reciben con todas las medidas de bioseguridad. Se pesan, se cuentan y se instalan en el galpón preparado especialmente para su etapa de cría, que son las primeras cuatro semanas; siguiendo con el proceso de levante (de la semana 4 a la 16), se aplican todas las vacunas necesarias según el plan oficial del ICA, con el fin de prevenir enfermedades aviarias.

3.1.4 Alimentación

A cada ave se le suministra diariamente 100 gramos de concentrado y 20 gramos de alimentos orgánicos, lo que hace un total de 120 gramos por día; el alimento orgánico incluye verduras, pasto matarratón, zanahoria y otros forrajes naturales que cultivamos nosotros mismos, en la tarde las gallinas se sueltan a pastoreo libre, en un espacio cubierto con polisombra para que no se escapen ni ingresen otros animales silvestres; allí se bañan en tierra, se relajan y comen calcio de manera natural, lo cual fortalece la cáscara de los huevos, al final del día, ellas mismas regresan al galpón para dormir en sus gallineros. Aunque esta práctica requiere más trabajo y tiempo humano, vale la pena porque los huevos obtienen una notable calidad y frescura, y los clientes lo valoran.

Eso sí, hay que tener mucho cuidado con la bioseguridad, ya que cualquier descuido puede causar enfermedades o pérdidas. Por eso, en la entrada se tiene un punto de desinfección para las personas y vehículos, y toda la granja está completamente cercada.

3.1.5 Recolección y clasificación

La recolección de los huevos se hace varias veces al día para evitar que se rompan o se ensucien, después, se llevan al cuarto de clasificación donde se limpian, pesan y se dividen por tamaños. Una vez seleccionados, se empacan en cartones nuevos y se preparan para su entrega. El color y presentación de los empaques (morado, verde o gris) ha sido una forma de diferenciarnos y llamar la atención del cliente, además de dar una mejor imagen del producto.

3.1.6 Distribución

Después de realizar la limpieza y clasificación se procede a realizar el alistamiento de los pedidos para proceder con la respectiva entrega a cada cliente. Se verifica que el vehículo este en óptimas

condiciones de limpieza para subir los huevos. Se Ofrece servicio a domicilio gratis a partir de 12 cartones y con descuento a partir de 6.

Además, se tiene estrategias para incentivar a los clientes fieles, a los cuales se les obsequia un cartón cada mes, en ocasiones se añaden plátanos, naranjas o aguacates producidos directamente en la de la finca.

3.1.1 *Innovación en proceso y producto (Valor diferenciador)*

En la Granja avícola Huevos La Prosperidad se ha tiene claro que no se trata solo de producir huevos, sino de hacerlo con cariño, compromiso y de una manera diferente. Desde el comienzo se anhelo que el producto se destacara por su frescura, calidad y por el bienestar de las aves, ya que si una gallina está tranquila y bien cuidada siempre va a producir huevos de mejor calidad.

Una de las innovaciones es la forma de alimentar a las gallinas ya que, además del concentrado comercial, todos los días se les brinda una porción de alimento orgánico, cultivado en la misma finca como el matarratón, maíz, zanahoria, ahuyama, pasto, entre otros vegetales, esta mezcla mejora el color de la yema, el sabor y la consistencia del huevo, y también ayuda a mantener una producción más sana. Con esto se logra equilibrar los costos sin sacrificar la calidad, aprovechando los recursos que poseen en la finca.

Otra innovación es el manejo del ambiente dentro de los galpones, se es coloca música relajante durante el día para mantenerlas tranquilas, y ventiladores con pulverizadores que ayudan a refrescar el ambiente, evitando el estrés por calor. Además, las gallinas tienen su espacio para pastorear un tiempo cada tarde bajo polisombra, donde picotean tierra y arena para obtener calcio de forma natural, todo esto mejora su bienestar y hace que la postura sea más constante y saludable.

En cuanto al producto final, también se busca diferenciar con la presentación, se utilizan cartones nuevos y coloridos (morados, verdes y grises) que reflejan limpieza y cuidado. Los huevos se seleccionan manualmente clasificándolos por tamaño para que viajen seguros y sin riesgo de romperse; además, se ofrece servicio a domicilio gratuito o con descuento, según la cantidad comprada, garantizando que los huevos lleguen frescos y directamente del galpón a la mesa del cliente.

En la parte comercial, se aplican estrategias sencillas pero efectivas para mantener la fidelidad: A los clientes mayoristas fieles se les obsequia un cartón al mes, y cuando las gallinas están iniciando postura y los huevos son más pequeños, se obsequia seis huevos adicionales por cada dos cartones comprados. Esto motiva a los clientes a seguir comprando, y muchos incluso se agrupan entre vecinos o familiares para aprovechar el domicilio gratuito, lo que ha hecho crecer las ventas, por otra parte, está la integración familiar, Cada miembro de la familia tiene un papel importante dentro de la granja.

Todo esto hace que Granja Huevos La Prosperidad no solo sea un negocio familiar, sino un proyecto lleno de vida, unión y aprendizaje, donde cada innovación nace del amor por lo que hacemos.

3.1.2 *Ficha Técnica del Producto o Servicio*

Nombre del producto: Huevos Granja La Prosperidad

Descripción general, el producto son huevos frescos, limpios, producidos y recolectados con las mejores prácticas de bioseguridad. Las gallinas son de raza roja y se alimentan con concentrado de la mejor calidad, complementado con alimentos naturales como verduras, forrajes, matarratón, pasto y maíz molido. Esto hace que los huevos tengan una yema más amarilla, una cáscara más fuerte y un sabor más agradable. Además, las aves son criadas en un ambiente tranquilo, con buena ventilación, música relajante y agua tratada, lo que garantiza su bienestar y una postura constante.

En cuanto a la presentación del producto, Los huevos se empacan en cartones nuevos de colores morado, verde o gris, con capacidad de 30 unidades.

Todos los huevos son seleccionados a mano, uno por uno, y se clasifican por tamaño de acuerdo con lo que establece el ICA. Las categorías que manejamos son las siguientes:

Tabla 13
Peso de los huevos granja avícola Huevos la Prosperidad

Tipo de huevo	Peso en gramos	Uso más común
Extra	67 a 77 g	Familiar
AA	60 a 66 g	Comercial
A	53 a 59 g	Hogar
B	46 a 52 g	Pequeño

Nota. Elaboración de los autores

La vida útil de un huevo varía en su frescura y calidad entre 25 y 30 días, si se guarda en un lugar fresco y sin exposición directa al sol, la granja avícola Huevos la Prosperidad prioriza la rotación con eficiencia para garantizar que el cliente logre consumir el total de las cubetas antes de la semana después de la postura.

3.1.3 Diagrama de flujo de producción o del servicio

El proceso productivo de granja avícola Huevos la Prosperidad se organiza en etapas claras y repetitivas que garantizan la calidad y frescura del producto. A continuación, se presenta el diagrama de flujo general del proceso, desde la recepción de las pollitas hasta la entrega al cliente. Este flujo permite controlar inventarios, mantener bioseguridad, asegurar una adecuada rotación de producto y garantizar la trazabilidad de cada lote. (aquí falta anexar el flujo grama de producción)

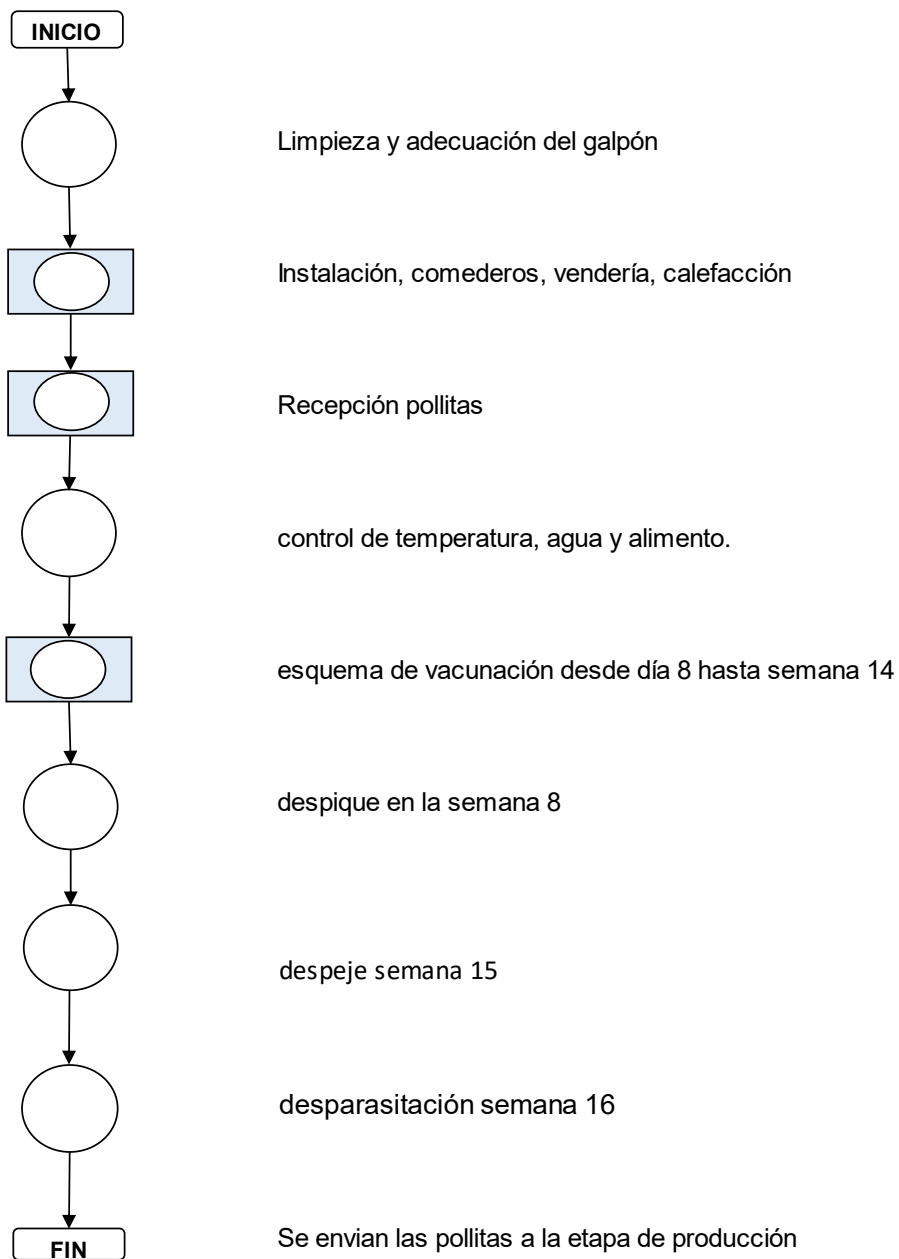
Se describen dos de los procesos importantes granja avícola huevos la prosperidad, como son: etapa de crianza y etapa de producción.

Figura 19
Flujograma Etapa de crianza granja avícola huevos la prosperidad



FLUJOGRAMA PROCESO

Etapa crianza



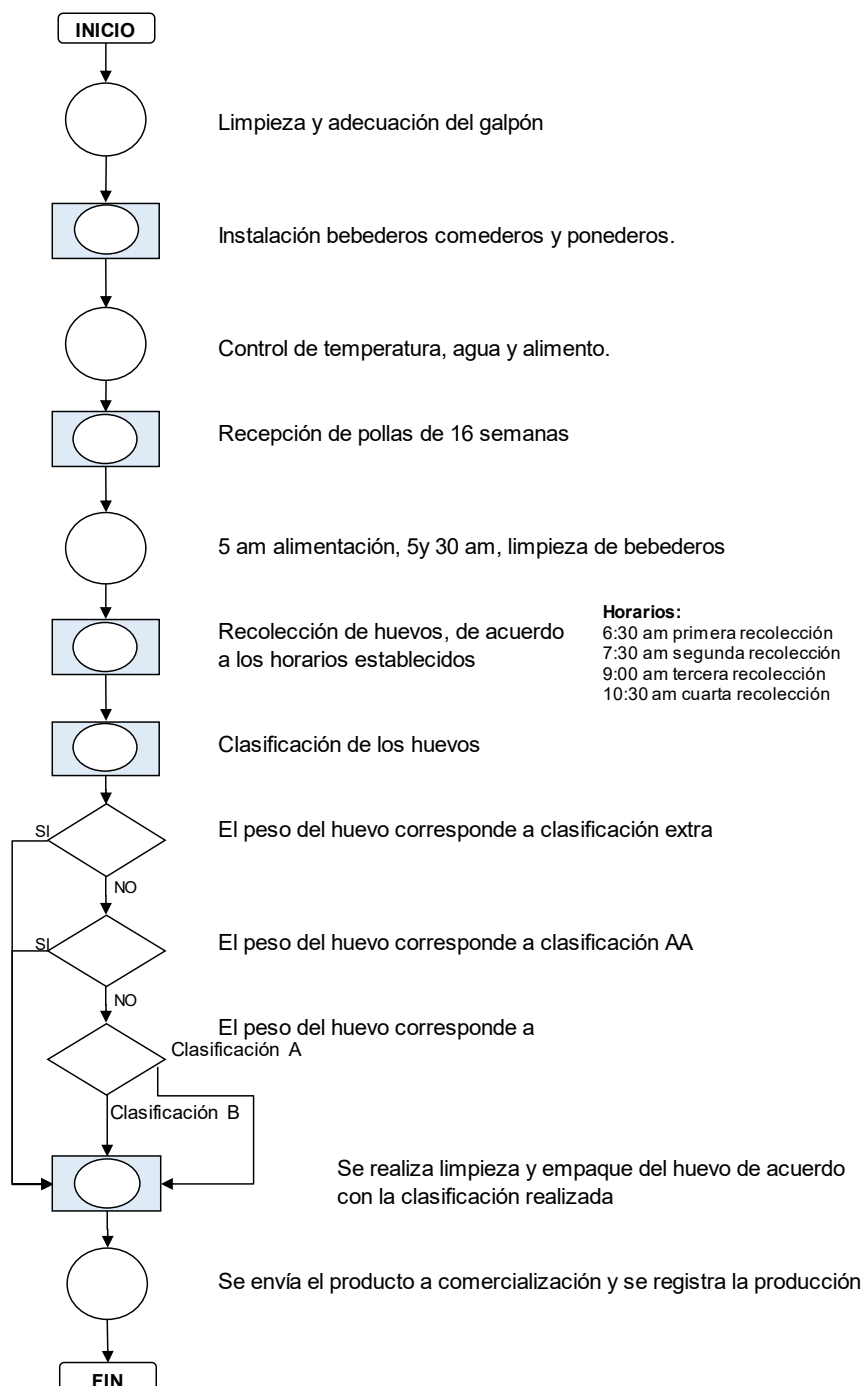
Nota. Elaboración de los autores

Figura 20
Flujograma Etapa de producción granja avícola huevos la prosperidad



FLUJOGRAMA PROCESO

Etapa producción



Nota. Elaboración de los autores

3.1.4 Recursos necesarios para operación óptima

La granja avícola Huevos la Prosperidad funcione bien y podamos mantener una producción constante y de buena calidad, se necesitan diferentes recursos que trabajan en conjunto. Todos son importantes para garantizar el bienestar de las aves, la eficiencia en el trabajo y la satisfacción de nuestros clientes.

Tabla 14
Recursos granja avícola Huevos la Prosperidad

Tipo de recurso	Descripción	Importancia dentro de la operación
Humanos	Propietario, administrador y operarios	Permiten el correcto funcionamiento y cumplimiento de las operaciones de la granja.
Físicos	Aves, galpones, cuartos de almacenamiento, comederos, bebederos, ventiladores, parlantes, motocicleta para domicilios y cartones nuevos de colores morado, verde y gris.	Permiten realizar todo el proceso de producción, almacenamiento y entrega en condiciones adecuadas de higiene y calidad.
Tecnológicos	Servicio de internet, cámaras de seguridad, uso de WhatsApp y llamadas para pedidos, y control de ventas e inventarios en computador.	Facilitan la comunicación, seguridad, seguimiento de procesos y contacto directo con los clientes.
Financieros	Recursos propios obtenidos por la venta diaria de huevos, reinvertidos en alimento, mantenimiento, aves y ampliación de galpones.	Garantizan la sostenibilidad del negocio y el crecimiento a mediano plazo.
Naturales	Agua tratada proveniente de pozo subterráneo y cultivos propios como matarratón, pasto, maíz y frutas.	Aseguran el bienestar de las aves, la calidad del huevo y prácticas sostenibles dentro de la finca.
Proveedores y aliados	Proveedores de concentrado, medicamentos e insumos agrícolas, junto con médicos veterinarios y técnicos de FENAVI que brindan acompañamiento y capacitaciones.	Aportan experiencia técnica y suministros de calidad que mantienen estable la producción y la sanidad del plantel.

Nota. Elaboración de los autores

Cada recurso cumple un papel importante dentro del funcionamiento de la granja avícola Huevos la Prosperidad, la unión de estos recursos permite mantener una producción constante y garantiza la calidad del producto promoviendo el crecimiento sostenible de la granja.

3.2 Distribución de planta

La Granja Avícola Huevos La Prosperidad está ubicada en la vereda La Prosperidad, zona rural de Cúcuta, a 15 minutos del casco urbano. Se eligió esta zona por ser propiedad de los dueños de la granja, y

también por ser el sueño de la familia construir allí su propia granja. Además, es un lugar estratégico por su cercanía a la ciudad.

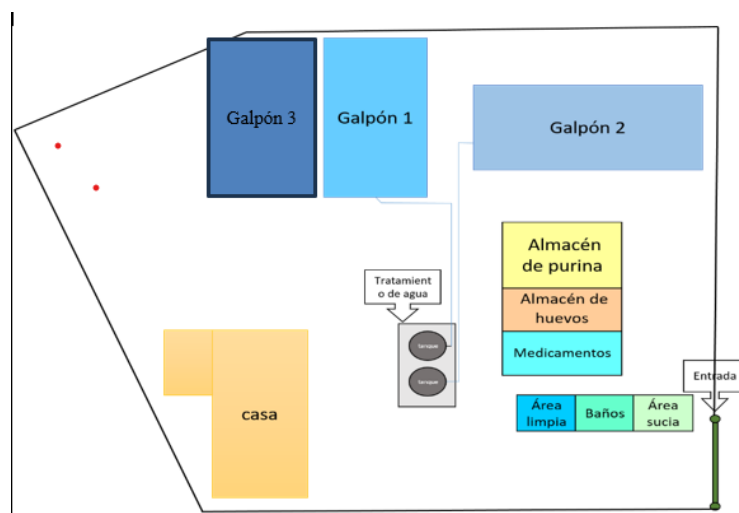
Figura 21.
Geolocalización de la granja avícola Huevos la Prosperidad.



Nota. Geolocalización de la granja avícola huevos la prosperidad; tomado de Google Earth el 23/10/2025)

La ubicación de la granja avícola Huevos la Prosperidad, está ubicada en una zona cercana a la ciudad Cu, es de fácil acceso lo que beneficia la distribución del producto y garantiza un ambiente adecuado para el bienestar de las aves.

Figura 22.
Plano de la granja avícola Huevos la Prosperidad



Nota. Elaboración de los autores

Además, la granja avícola Huevos la Prosperidad cuenta con planos estructurados lo cual permite su acceso ordenado y eficiente a cada una de las áreas operativas, lo que contribuye al buen funcionamiento y control de las actividades diarias.

3.3 Validación de la idea

La granja avícola Huevos a Prosperidad se ha validado directamente en la práctica, a través de la experiencia que ha adquirido desde que inicio la producción, durante ese tiempo se ha evidenciado que sí existe una buena demanda de huevos frescos y de buena calidad, especialmente por parte de las familias que prefieren productos sanos y frescos y que valoran la atención personalizada.

Al comienzo se vendían los huevos en tiendas de barrio y pequeños supermercados, pero con el tiempo se evidencio que no era rentable porque pedían precios muy bajos o fiados, y cuando otro proveedor les ofrecía un precio más bajo menos, simplemente dejaban de comprar.

Por esa razón se decidió cambiar la estrategia y enfocar las ventas en clientes que valoran más la calidad

que el precio, como familias en barrios residenciales, panaderías y charcuterías, donde realmente aprecian la frescura del producto.

Los mismos clientes han sido una prueba de validación, pues muchos destacan que nuestros huevos son más frescos, tienen una yema más colorida y no corren el riesgo de que les salga uno dañado como suele pasar con los de supermercado. También valoran mucho que los cartones sean nuevos, de colores llamativos y limpios, y que el servicio a domicilio sea rápido y confiable.

La validación también se vio reflejada en las encuestas aplicadas dentro del estudio de mercado, donde la mayoría de las personas manifestaron que prefieren huevos frescos, naturales y producidos con buenas prácticas. Además, cada vez hay más personas interesadas en productos saludables y sostenibles, lo cual está completamente alineado con nuestro modelo de producción.

En cuanto al crecimiento del proyecto, también demuestra la viabilidad de la idea: se inició con 1.000 gallinas y actualmente se cuenta 3.200 aves distribuidas en tres galpones, con planes de seguir ampliando la capacidad gracias a la buena acogida del producto y la reinversión de las utilidades.

Todo esto confirma que la idea no solo funciona en teoría, sino que realmente da resultados positivos en la práctica, con ventas estables, buena rentabilidad y una clientela satisfecha que sigue creciendo.

Tabla 15
Validación granja avícola Huevos la Prosperidad

Aspecto validado	Evidencia o resultado obtenido	Conclusión
Prueba en el mercado	Ventas diarias y cartera de clientes fijos en Cúcuta y su área metropolitana.	El producto tiene aceptación real y constante.
Satisfacción del cliente	Retroalimentación positiva sobre la frescura, color y sabor del huevo.	Alta fidelidad y recomendación boca a boca.
Rentabilidad del negocio	Producción diaria de 2.250 huevos con venta del 100 %.	Buen margen de utilidad y rápida rotación del producto.

Aspecto validado	Evidencia o resultado obtenido	Conclusión
Crecimiento del proyecto	Expansión de 1.000 a 4.700 aves en tres galpones.	Modelo de negocio sostenible y escalable.
Tendencia del mercado	Aumento del consumo de huevo en Colombia (365 huevos por persona al año, según FENAVI).	Oportunidad de crecimiento continuo en el sector avícola.

Nota. Elaboración de los autores

En cuanto lo anterior el crecimiento del proyecto, también demuestra la viabilidad de la idea: se inició con 1.000 gallinas y actualmente se cuenta 3.200 aves distribuidas en tres galpones, con planes de seguir ampliando la capacidad gracias a la buena acogida del producto y la reinversión de las utilidades. Todo confirma que la idea no solo funciona en teoría, sino que realmente da resultados positivos en la práctica, con ventas estables, buena rentabilidad y una clientela satisfecha que sigue creciendo.

3.4 Prueba piloto

La prueba piloto desarrollada por la granja avícola Huevos La Prosperidad está dada en el fortalecimiento de su proceso productivo tomando como base la experiencia práctica que se ha tenido desde el inicio de la producción, con en los registros reales de la granja y en la información recolectada en el estudio de mercado.

Más que una simulación, esta prueba fue una validación en terreno, donde se midió el comportamiento de las aves, los niveles de producción, los costos, las ventas y la aceptación del producto entre los clientes actuales.

El objetivo principal fue comprobar si el modelo de negocio era viable técnica y comercialmente, evaluando la eficiencia del proceso productivo, la respuesta del mercado frente al producto y la rentabilidad general.

Para esto, se usaron los registros diarios de producción y ventas, las observaciones del manejo del agua, la alimentación y el bienestar animal, así como los comentarios de los consumidores que han probado los huevos frescos de la granja.

Durante el periodo evaluado (correspondiente al último lote de 2.500 aves), se recolectaron los siguientes datos:

Tabla 16
VARIABLES PRUEBA PILOTO GRANJA AVICOLA HUEVOS LA PROSPERIDAD

Variable	Descripción o valor promedio	Observaciones
Producción diaria promedio	2.250 huevos (equivalente al 90 % de postura)	Corresponde al promedio de producción de las aves en etapa de postura.
Clasificación por tamaño	Desde tipo C hasta tipo Yumbo, según normativa ICA	Se realiza selección manual y empaque diferenciado por categorías.
Consumo de alimento por ave	120 g diarios (100 g de concentrado + 20 g de alimentación orgánica)	La dieta se complementa con matarratón, maíz y frutas locales.
Tasa de mortalidad	3 % promedio	Dentro del rango normal para ciclos productivos de postura.
Precio promedio de venta	Entre \$12.800 y \$15.000 por cubeta de 30 huevos	Varía según el tipo de cliente (mayorista o consumidor final).
Margen bruto estimado	Entre 21 % y 33 %	Se calcula con base en costos variables y gastos operativos.
Nivel de satisfacción del cliente	Alto, según resultados de las encuestas	Los clientes valoran la frescura, presentación y atención personalizada.

Nota. Elaboración de los autores

La prueba permitió evidenciar que el modelo de producción es técnicamente sostenible, con aves saludables, un nivel de postura estable y un flujo de ventas constante. Además, la respuesta del mercado fue muy positiva, especialmente en los hogares que valoran la frescura y la confianza del producto. También se identificaron oportunidades de mejora, como la necesidad de optimizar la logística de distribución y planificar mejor el inventario de empaques y concentrado para reducir costos.

En conclusión, la prueba piloto confirmó que la producción y comercialización de Huevos La Prosperidad es una idea de negocio viable y rentable, siempre que se mantengan las buenas prácticas de manejo y el enfoque en la calidad y fidelización del cliente.

3.4.1 Testeo y Feedback

Durante la prueba piloto se realizó un proceso de testeo con el fin de conocer la opinión real de los clientes sobre los huevos producidos en la Granja La Prosperidad. El objetivo fue identificar si el producto cumplía con las expectativas de frescura, sabor, tamaño y presentación, además de evaluar el nivel de satisfacción con el servicio a domicilio.

Tabla 17
Testeo y feedback de la granja avícola Huevos la Prosperidad

Opinión o comentario del cliente	Observación o situación detectada	Acción de mejora implementada
“Los huevos son muy frescos y de buen sabor, la yema es más amarilla y firme.”	Alta valoración de la calidad del producto.	Mantener la alimentación natural con concentrado y suplementos orgánicos.
“Me gusta que el pedido llega rápido y los huevos vienen muy bien empacados.”	Satisfacción con la puntualidad y presentación.	Se reforzó el uso de cartones nuevos y resistentes.
“A veces no sé a qué hora llegará el pedido.”	Falta de horarios definidos de entrega.	Se establecieron rutas fijas y horarios de entrega para mejorar la organización.
“Me encantan los detalles como los huevos de regalo o las frutas, eso motiva a seguir comprando.”	Alta fidelización por obsequios y trato cercano.	Se formalizó el programa de fidelización mensual con incentivos a clientes frecuentes.
“Sería bueno poder hacer pedidos por redes sociales.”	Solicitud de ampliar canales de comunicación.	Se planifica crear cuentas activas en Instagram y Facebook para pedidos y promociones.

Nota. Elaboración de los autores

Referente la retroalimentación de los clientes son fundamentales para fortalecer la propuesta de valor de la Granja La Prosperidad. Escuchar de primera mano sus opiniones permitió realizar mejoras reales, no solo en la presentación del producto, sino también en la atención y los procesos de entrega.

Gracias a estos comentarios, se pudo confirmar que el modelo de negocio no solo es viable desde lo técnico y productivo, sino que además genera confianza y fidelidad en el consumidor. Esta validación directa del mercado se convierte en la base para avanzar hacia la evaluación técnica y financiera, donde se analizarán los recursos, costos e indicadores económicos que sustentan el crecimiento del proyecto.

CAPÍTULO IV Modulo Organizacional

4 Estructura Organizacional

4.1 Misión, Visión y Valores Corporativos

4.1.1 Misión:

La granja avícola Huevos La Prosperidad trabaja con estándares de calidad, respeto y responsabilidad hacia las aves, y los clientes en aras de sacar adelante con dedicación y en unión familiar, la producción de huevos frescos y de excelente calidad. Se procura que cada cliente que compra los huevos sienta la confianza de estar llevando a su hogar un alimento fresco, limpio y saludable.

4.1.2 Visión:

La granja avícola Huevos La Prosperidad va a incrementar su crecimiento de manera firme, responsable y sin perder la esencia familiar con que se identifica. La granja se proyecta a futuro ser una empresa reconocida en Cúcuta, Norte de Santander y, más adelante, a nivel nacional, por ofrecer productos frescos, sanos y producidos con sostenibilidad. Se ampliará la capacidad de producción, construir nuevos galpones y lograr la certificación como granja biosegura, para seguir llevando huevos de calidad a más hogares colombianos.

4.1.3 Valores Corporativos

En la Granja Huevos La Prosperidad trabajamos guiados por valores que representan nuestro sentir como familia y como empresa. Estos valores son los que permite fortalecer y ser sostenible en el tiempo y salir adelante.

Amor. Todo lo que hace parte del cariño y respeto que tenemos entre nosotros. Cada miembro cumple un papel importante para la granja.

Responsabilidad. Se cumple con los compromisos, tanto con los clientes como con el bienestar de las aves, nos esforzamos por mantener la granja en buenas condiciones, con procesos limpios y organizados.

Trabajo en equipo. Cada integrante aporta lo mejor de sí, siempre con la convicción de apoyar a los compañeros.

Fe y gratitud. Gratitud con Dios por permitir trabajar en familia y por cada aprendizaje que se ha tenido en el camino, lo que se anhela con fe y esfuerzo hace realidad.

4.2 Objetivos estratégicos

Seguir fortaleciendo la Granja avícola Huevos La Prosperidad como un proyecto sostenible, que produce huevos frescos, y de excelente calidad, garantizando el bienestar de las aves, la satisfacción de los clientes y el crecimiento económico de la empresa, con responsabilidad y compromiso.

Realizar revisión técnica cada tres meses de la alimentación balanceada dada a las aves, teniendo concentrados de calidad combinado con alimentos orgánicos cultivados en la finca.

Ampliar la capacidad de producción en un 40% en los próximos años mediante la construcción de nuevos galpones que permitan aumentar el número de aves y mejorar los procesos de producción.

Formalizar la empresa ante los entes correspondientes (Cámara de Comercio, ICA, DIAN) para antes de finalizar el año cumpliendo con todos los requisitos legales y avanzar hacia la certificación como granja biosegura.

Fortalecer la relación con los clientes, durante los próximos años manteniendo la atención personalizada, el servicio a domicilio y los programas de fidelización como obsequios y promociones.

Promover prácticas sostenibles en un ochenta por ciento, que reduzcan el impacto ambiental, como el aprovechamiento del estiércol para abono, el uso de materiales reciclados y la correcta disposición de residuos.

Realizar capacitaciones cada 6 meses para impulsar el desarrollo familiar y social, generando empleo y oportunidades de aprendizaje para los integrantes de la familia y la comunidad cercana.

Mejorar la presencia en el mercado en un 40%, ampliando los canales de venta físicos y usando redes sociales para promocionar los productos y fortalecer la marca.

Mantener la estabilidad financiera del negocio garantizando un margen de utilidad no menor al 20%, asegurando un manejo responsable de los ingresos, costos y utilidades para garantizar el crecimiento sostenido.

4.3 Organigrama y Perfiles

4.3.1 Estructura orgánica

La estructura organizacional de la Granja avícola Huevos La Prosperidad está conformada principalmente por los miembros de la familia, quienes desempeñan diferentes roles dentro del proceso productivo, administrativo y logístico. Cada uno cumple con responsabilidades específicas que garantizan el buen funcionamiento del negocio, desde la producción hasta la entrega final del producto.

Figura 23
plano de la granja avícola Huevos la Prosperidad.



Nota. Elaboración de los autores

4.3.2 Perfiles

Se establecen los perfiles para la granja avícola huevos la prosperidad.

Tabla 18
Perfiles de la granja avícola Huevos la Prosperidad

CARGO: Coordinador Administrativo	
Área:	Administrativa y Financiera
Propósito del Cargo:	Mantener en funcionamiento las operaciones administrativas de la granja.
Características Generales	
Edad:	25 - 45 Años
Sexo:	Femenino/Masculino
Formación:	tecnólogo-profesional
Estudios:	Administración de empresas o afines
Competencias	Gestión de Proyectos, análisis de datos, manejo de Software, conocimientos básicos en manejo de aves.
Técnicas:	
Experiencia	2 años
Habilidades	Comunicación asertiva, trabajo en Equipo y adaptabilidad.
Funciones	Supervisar y coordinar las actividades administrativas, contables y logísticas de la granja, garantizando el cumplimiento de los procesos establecidos. Controlar los ingresos y egresos diarios, llevando el registro contable y asegurando un manejo responsable de los recursos financieros. Gestionar la compra de insumos, concentrados, materiales y herramientas, verificando precios, calidad y cumplimiento de los proveedores. Elaborar reportes financieros y de producción que permitan analizar el comportamiento del negocio y tomar decisiones oportunas. Apoyar en la planificación y seguimiento del presupuesto mensual, garantizando la sostenibilidad económica de la granja. Coordinar el cronograma de vacunación, control sanitario y bioseguridad, junto con el jefe operativo y los médicos veterinarios.

	Mantener comunicación constante con los clientes, atendiendo pedidos, sugerencias y garantizando un servicio personalizado.
	Liderar las estrategias de formalización y cumplimiento legal, asegurando que la granja esté al día con los requerimientos del ICA, la DIAN y Cámara de Comercio.
	Apoyar en las estrategias de marketing y promoción del producto, especialmente en redes sociales y campañas de fidelización.
	Capacitar y acompañar al personal de apoyo familiar o contratado, fomentando el trabajo en equipo y la mejora continua.
Área a Quien reporta	Propietario/gerente
Salario:	2 SLMLV

Nota. Elaboración de los autores

Tabla 19
Cargo supervisor granja avícola Huevos la Prosperidad

CARGO: Supervisor	
Área:	contable y financiera
Propósito del Cargo:	Mantener en control las operaciones compras y ventas de la granja.
Características Generales	
Edad:	18 - 45
Sexo:	Femenino/Masculino
Formación:	Técnico/Tecnológico
Estudios:	Contaduría, administración financiera o afines
Competencias Técnicas:	Gestión de Proyectos, análisis de datos, manejo de Software, conocimientos en auditoría interna área financiera, conocimiento básico en manejo de aves.
Experiencia	2 años
Habilidades	Comunicación asertiva, trabajo en Equipo y adaptabilidad.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificar y supervisar las actividades de venta y distribución, garantizando que los pedidos lleguen a tiempo y en óptimas condiciones. ➤ Controlar el inventario de productos terminados y materiales de empaque, verificando existencias y programando reabastecimientos oportunos. ➤ Gestionar las compras de insumos y concentrado, asegurando calidad, precios competitivos y cumplimiento de los proveedores. ➤ Registrar diariamente las ventas y compras realizadas, manteniendo actualizado el control contable y operativo de la granja. ➤ Atender directamente a los clientes frecuentes y nuevos, fortaleciendo la relación comercial mediante una atención cercana y confiable. ➤ Apoyar en la elaboración de estrategias de ventas, promociones o descuentos que ayuden a incrementar la rotación del producto. ➤ Realizar seguimiento al comportamiento del mercado local, identificando oportunidades y tendencias que permitan mejorar las ventas. ➤ Coordinar con el área administrativa la programación de pagos a proveedores y la gestión de cobros a clientes, manteniendo un flujo financiero ordenado. ➤ Supervisar el cumplimiento de los estándares de calidad y presentación en los huevos empacados y entregados. ➤ Elaborar informes semanales sobre ventas, compras e inventarios para facilitar la toma de decisiones.
Área a Quien reporta	Coordinador Administrativo
Salario:	2 SMLV

Nota. Elaboración de los autores

Tabla 20

Cargo Jefe Operativo granja avícola Huevos la Prosperidad

CARGO: Jefe Operativo	
Área:	Producción, Logística y mantenimiento
Propósito del Cargo:	Mantener en funcionamiento las operaciones productivas de la granja.
Características Generales	
Edad:	18 - 45
Sexo:	Femenino/Masculino
	Estado Civil:
Formación:	Técnico/Tecnológico
Estudios:	Zootecnia y carreras afines
Competencias Técnicas:	Manejo y cuidado de aves de corral, carné manipulación de alimentos.
Experiencia	1 año
Habilidades	Comunicación asertiva, trabajo en Equipo y adaptabilidad.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Supervisión diaria de las aves en cuanto a la alimentación, salud y bienestar animal. ➤ Supervisar la infraestructura tanto de los galpones como de la granja en general ➤ Supervisar el agua, la ventilación de las aves ➤ Supervisar la limpieza y bioseguridad de la granja ➤ Supervisar el inventario y el control de calidad de los huevos.
Área a Quien reporta	Coordinador Administrativo
Salario:	2 SMLV

Nota. Elaboración de los autores

Tabla 21

Cargo Auxiliar en ventas granja avícola Huevos la Prosperidad

CARGO: Auxiliar ventas	
Área:	ventas
Propósito del Cargo:	Mantener en funcionamiento las ventas de la granja.
Características Generales	
Edad:	18 - 45
Sexo:	Femenino/Masculino
Formación:	Técnico Laboral /tecnólogo
Estudios:	Contabilidad y finanzas/ ventas
Competencias Técnicas:	Manejo de Software, inventarios, nómina y facturación electrónica
Experiencia	1 año
Habilidades	Comunicación asertiva, trabajo en Equipo y adaptabilidad.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Atender directamente a los clientes, tomando pedidos y brindando información clara sobre precios, presentaciones y promociones. ➤ Registrar ventas diarias y mantener actualizado el control de pedidos entregados y pendientes. ➤ Apoyar en la organización y distribución de los productos según las rutas de entrega. ➤ Verificar la presentación del producto antes de la entrega, garantizando su limpieza, frescura y buena imagen. ➤ Mantener comunicación constante con el supervisor de ventas y el coordinador administrativo para coordinar entregas, devoluciones o ajustes. ➤ Realizar llamadas de seguimiento a clientes para confirmar satisfacción y fortalecer la fidelización. ➤ Participar en actividades promocionales o ferias locales representando a la granja. ➤ Apoyar en la gestión de cobros, recibos y control de cartera bajo supervisión del área administrativa.
Área a Quien reporta	Supervisor
Salario:	1 SMLV

Nota. Elaboración de los autores

Tabla 22
Cargo Auxiliar Operativo granja avícola Huevos la Prosperidad

CARGO: Auxiliar operativo	
Área: ventas	
Propósito del Cargo:	
Apoyar el manejo de las aves y recolección y clasificación de los huevos.	
Características Generales	
Edad:	18 - 45
Sexo:	Femenino/Masculino
Formación:	Técnico Laboral /tecnólogo
Estudios:	Operador zootecnista o afines
Competencias	Conocimiento en manejo de aves de corral y control en suministro de insumos de las aves
Técnicas:	
Experiencia	1 año
Habilidades	Comunicación asertiva, trabajo en Equipo y adaptabilidad.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apoyar en la alimentación y cuidado diario de las aves, garantizando que reciban la cantidad adecuada de concentrado y alimento orgánico, siguiendo las instrucciones del médico veterinario o del encargado del galpón. ➤ Colaborar en la recolección, limpieza, clasificación y empaque de los huevos, asegurando que cumplan con los estándares de calidad establecidos por la granja. ➤ Mantener el orden, limpieza y desinfección de los galpones y áreas comunes, aplicando las normas de bioseguridad establecidas para prevenir enfermedades en las aves. ➤ Realizar labores de apoyo en el mantenimiento básico de la infraestructura, como la reparación de mallas, limpieza de bebederos, comederos y apoyo en el manejo del compostaje. ➤ Apoyar en la carga y descarga de insumos, alimento y productos terminados, verificando que los pedidos estén completos y listos para su entrega.
Área a Quien reporta	Supervisor
Salario:	1 SMLV

Nota. Elaboración de los autores

Tabla 23
Cargo Auxiliar Operativo granja avícola Huevos la Prosperidad

CARGO: Auxiliar logística	
Área: ventas	
Propósito del Cargo:	
Apoyar en la organización, transporte y entrega de los productos, garantizando que los huevos lleguen en óptimas condiciones al consumidor final, manteniendo el orden en el almacenamiento y asegurando la correcta recepción de insumos.	
Características Generales	
Edad:	18 - 45
Sexo:	Femenino/Masculino
Formación:	Técnico/ tecnólogo en administración agropecuaria.
Estudios:	Operador logístico
Competencias	Conocimiento en manejo de aves de corral y control en suministro de insumos de las aves
Técnicas:	
Experiencia	1 año
Habilidades	Comunicación asertiva, trabajo en Equipo y adaptabilidad.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apoyar al Jefe operativo en la alimentación y cuidado diario de las aves, garantizando que reciban la cantidad adecuada de concentrado y alimento orgánico, siguiendo las instrucciones del médico veterinario o del encargado del galpón. ➤ Colaborar en la recolección, limpieza, clasificación y empaque de los huevos, asegurando que cumplan con los estándares de calidad establecidos por la granja. ➤ Mantener el orden, limpieza y desinfección de los galpones y áreas comunes, aplicando las normas de bioseguridad establecidas para prevenir enfermedades en las aves. ➤ Realizar labores de apoyo en el mantenimiento básico de la infraestructura, como la reparación de mallas, limpieza de bebederos, comederos y apoyo en el manejo del compostaje.

	➤ Apoyar en la carga y descarga de insumos, alimento y productos terminados, verificando que los pedidos estén completos y listos para su entrega.
Área a Quien reporta	Supervisor
Salario:	1 SMLV

Nota. Elaboración de los autores.

4.4 Constitución Empresa y Aspectos Legales

4.4.1 Forma legal de la empresa

La Granja avícola Huevos a la Prosperidad está registrada como persona natural con establecimiento de comercio, ya que es una forma sencilla de manejar las operaciones y la parte contable.

Esta figura permite mantener el control directo del negocio y cumplir con los requisitos legales básicos como facturación, impuestos y registro ante las entidades correspondientes.

4.4.2 Registro y constitución

Para el proceso de formalización de la empresa, los pasos a seguir son los siguientes:

En primera medida el registro del nombre comercial: *Granja Huevos La Prosperidad*, ante la Cámara de Comercio de Cúcuta. En segunda medida la inscripción del RUT y NIT en la DIAN, donde se clasifica la actividad económica bajo el código CIIU 0145 (cría de aves de corral). Como tercer aspecto la afiliación al ICA, que es el Instituto Colombiano Agropecuario, para cumplir con las normas sanitarias y obtener la certificación como granja biosegura. El cuarto paso son las afiliaciones laborales: EPS, ARL y Caja de Compensación, para estar al día con la seguridad social de los colaboradores de la granja avícola Huevos la prosperidad. Y como punto final el Cumplimiento de la normatividad local, permisos de uso de suelo y certificación sanitaria municipal, ya que la granja se encuentra en zona rural de Cúcuta.

4.4.3 Capital social

El capital inicial de la Granja Huevos la Prosperidad proviene totalmente de recursos propios, ya que no se contaba con historial crediticio para acceder a fuentes de financiamiento, gracias a los recursos

familiares fue posible construir las instalaciones y poner en marcha el primer lote de producción, se detallan los valores aproximados de inversión inicial:

Tabla 24
Capital social granja avícola Huevos la Prosperidad

Concepto	Valor aproximado (COP)
Construcción de los tres galpones	\$80.000.000
Compra inicial de 1.000 aves ponedoras	\$28.300.000
Equipos y utensilios (bebederos, comederos, ventiladores, ponederos, herramientas)	\$6.000.000
Concentrado, medicamentos y honorarios veterinarios	\$9.500.000
Acondicionamiento del terreno, cercas y adecuaciones generales	\$2.000.000
Total, aproximado del capital aportado	\$125.800.000

Nota. Elaboración de los autores.

4.4.4 *Requisitos legales y regulatorios*

los principales requisitos legales, técnicos, laborales y ambientales que cumple o debe cumplir la Granja Avícola *Huevos La Prosperidad* para garantizar su funcionamiento dentro del marco legal colombiano: Normatividad técnica:

Tabla 25
Requisitos legales de la granja avícola Huevos la Prosperidad

Tipo de normatividad	Descripción	Norma o decreto aplicable
Técnica	Cumplimiento de normas del ICA para la certificación de granjas bioseguras y de las recomendaciones de FENAVI sobre alimentación, vacunación y bienestar animal.	Decreto 1500 de 2007, Resolución 3651 de 2014, Decreto 3075 de 1997
Laboral	Afiliación de trabajadores a salud, pensión, riesgos laborales y caja de compensación. Cumplimiento del Código Sustantivo del Trabajo y de las condiciones seguras dentro de la granja.	Código Sustantivo del Trabajo (CST)
Ambiental	Cumplimiento de normas nacionales y locales sobre uso del suelo, manejo de residuos, control de olores y aprovechamiento del estiércol.	Decreto 1076 de 2015, Decreto 3600 de 2007, Resolución 3651 de 2014, Resolución 3642 de 2013

Nota. Elaboración de los autores.

Antes de iniciar cualquier actividad, la granja debe verificar la compatibilidad del uso del terreno con el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) del municipio de Cúcuta y solicitar el concepto favorable

de la autoridad ambiental local. Con esto, la granja reafirma su compromiso de operar de manera responsable, protegiendo el medio ambiente y cumpliendo con las leyes vigentes.

4.4.5 *Impuestos y obligaciones fiscales*

La Granja Avícola *Huevos La Prosperidad* debe cumplir con las obligaciones fiscales establecidas por la ley, garantizando transparencia y formalidad en sus operaciones.

Tabla 26
Obligaciones tributarias de la granja avícola Huevos la Prosperidad

Tipo de obligación	Descripción
Registro en la DIAN	Como persona natural cría aves de corral.
Declaraciones tributarias	IVA e impuesto de renta, según el nivel de ingresos.
Impuesto municipal	Pago del Impuesto de Industria y Comercio (ICA) en la Alcaldía de Cúcuta.
Parafiscales	Retenciones y aportes cuando se contrata personal.
Facturación	Implementación de facturación electrónica para todas las ventas.

Nota. Elaboración de los autores.

Las obligaciones tributarias es de obligatoriedad ya que se debe garantiza que la granja avícola, cumpla con la normatividad tributaria en colombiana, garantizando el correcto manejo de los recursos.

4.4.6 *Protección de propiedad intelectual*

La Granja Huevos La Prosperidad reconoce la importancia de proteger la identidad de la marca, ya que representa el esfuerzo que hay detrás de este emprendimiento. Por esta razón, una vez se defina el logo y la imagen comercial, se procede a realizar la verificación ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) para asegurar de que dicha marca no se encuentre registrada por otro negocio o empresa, evitando así incurrir en sanciones o conflictos por uso indebido de propiedad intelectual.

En caso de que el nombre y el diseño del logo estén disponibles, se realiza el registro oficial de la marca, con el fin de garantizar su protección legal y evitar que otras personas o empresas utilicen la imagen sin autorización.

De esta forma, la tranquilidad de poder usar el logo en empaques, publicidad, redes sociales y material promocional, sin riesgo de infringir los derechos de propiedad intelectual de terceros.

La marca de la granja avícola huevos la Prosperidad simboliza nuestra esencia: un trabajo hecho con amor, dedicación y respeto por los animales y por nuestros clientes. Por eso, protegerla es también una forma de cuidar la historia y el futuro del emprendimiento.

4.4.7 *Cumplimiento normativo y ético*

La granja avícola Huevos la prosperidad trabaja con honestidad, respeto y responsabilidad, se cumple con las normas de bioseguridad, bienestar animal y cuidado ambiental, el trato a las aves es monitoreado, los procesos son limpios y se busca ofrecer a los clientes un producto fresco, saludable y seguro; además, se mantiene una relación de confianza con proveedores y clientes, priorizando la transparencia y el cumplimiento.

4.4.8 *Asesoramiento legal*

La Granja avícola Huevos La Prosperidad cuenta con el acompañamiento y apoyo de diferentes profesionales que contribuyen al buen funcionamiento del proyecto, tanto en la parte legal como en la técnica y contable. En temas administrativos y tributarios, cuento con la ayuda de mi compañera Lisbeth Calero Rojas, quien me apoya en la actualización de las normas contables y fiscales, ya que por su experiencia laboral está más al tanto de los cambios que se presentan en esos temas.

En cuanto a la asesoría técnica y veterinaria, soy yo quien se encarga directamente de coordinar las visitas y capacitaciones, ya que estoy más involucrada en el manejo diario de las aves y en el aprendizaje de todo lo relacionado con su cuidado y bienestar.

Actualmente, colaboran tres médicos veterinarios que visitan la granja de forma periódica para revisar el estado general de las aves y verificar que todo funcione correctamente; el Doctor Andrés Soto, quien es Médico Veterinario de FENAVI, el cual brinda acompañamiento y asesoría gratuita a la granja, también se encuentra Doctor Miguel Rico, veterinario de la empresa proveedora de concentrado, quien asesora sobre nutrición y sanidad avícola sin ningún costo adicional, se cuenta con el Doctor Jorge Angarita, veterinario conocido de la familia, a quien se recurre para consultas de emergencias, él cobra honorarios por sus servicios.

Finalmente se cuenta con el apoyo de un abogado allegado a la granja, quien brinda asesoría en los trámites relacionados con los permisos y el registro de la granja ante el ICA, garantizando que cumplamos con todos los requisitos legales para la formalización del proyecto.

4.5 Gastos de Puesta en Marcha

El proceso de puesta en marcha de la Granja Huevos La Prosperidad representó un esfuerzo económico. Desde el inicio, se realizaron inversiones importantes en infraestructura, compra de aves, equipos y todo lo necesario para garantizar un funcionamiento adecuado y sostenible. Los gastos se dividen en tres categorías principales: inversión inicial, costos fijos mensuales y costos variables relacionados con la producción.

4.5.1 Inversión inicial

Se calcula la inversión inicial para la granja avícola huevos la prosperidad.

Tabla 27

Gastos inicio operaciones de la granja avícola Huevos la Prosperidad

Concepto	Descripción	Valor aproximado (COP)
Construcción de tres galpones	Mano de obra, materiales, ventiladores, mallas, ponaderos, estructura eléctrica y techos.	\$80.000.000
Compra inicial de 1.000 gallinas ponedoras	Aves raza Babcock Brown de 16 semanas.	\$28.300.000
Equipos y utensilios	Comederos, bebederos, estibas, tanques de agua, balanzas, mesas de clasificación y herramientas.	\$6.000.000
Concentrado inicial y medicamentos	Incluye vitaminas, vacunas, multivitamínicos y control veterinario.	\$9.500.000
Adecuación del terreno	Nivelación, cercas, señalización y portón de acceso.	\$2.000.000
Registro comercial y trámites administrativos	Cámara de Comercio, RUT, permisos y asesorías legales.	\$1.000.000
Total, inversión inicial aproximada		\$126.800.000

Nota. Elaboración de los autores.

4.5.2 Costos fijos mensuales

Se calcula el costo fijo para la granja avícola huevos la prosperidad.

Tabla 28

Costos fijos mensuales de la granja avícola Huevos la Prosperidad

Concepto	Descripción	Valor mensual aproximado (COP)
Mano de obra familiar (estimada)	Participación de miembros de la familia en las labores diarias.	\$2.500.000
Servicios públicos	Energía eléctrica, internet y agua comprada a pozo vecino.	\$350.000
Concentrado para aves	Promedio mensual según número de gallinas en postura.	\$12.000.000
Transporte y distribución	Combustible y mantenimiento de vehículo domiciliario.	\$600.000
Medicamentos y suplementos	Vitaminas, desparasitantes y vacunas.	\$500.000
Empaques y cartones nuevos	Compra mensual de empaques (cartones dobles).	\$700.000
Mantenimiento e imprevistos	Reparaciones menores, limpieza y desinfección.	\$350.000
Total, mensual aproximado		\$17.000.000

Nota. Elaboración de los autores.

4.5.3 Costos variables por producción

Se calcula el costo variable para la granja avícola huevos la prosperidad.

Tabla 29
Costos variables mensuales de la granja avícola Huevos la Prosperidad

Concepto	Unidad de medida	Costo promedio (COP)
Costo promedio de producción por huevo	Unidad	\$335
Costo promedio por cubeta (30 huevos)	Unidad	\$10.050
Precio de venta al consumidor final	Unidad	\$15.000
Margen de ganancia estimado por cubeta	Unidad	\$4.950

Nota. Elaboración de los autores.

4.6 Condiciones comerciales

La Granja avícola Huevos La Prosperidad maneja condiciones comerciales flexibles, justas y adaptadas al tipo de cliente, priorizando siempre la satisfacción y la confianza. Gracias a esto, se ha logrado construir una clientela estable y fiel, conformada por hogares, panaderías, charcuterías, restaurantes y pequeños distribuidores en la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana.

4.6.1 Políticas de precios

Los precios de venta se establecen considerando los costos de producción, el margen de ganancia y las condiciones del mercado. El precio promedio de venta al consumidor final es de \$15.000 por cubeta de 30 huevos, mientras que los precios al por mayor pueden variar dependiendo del tamaño del huevo y la cantidad de cartones adquiridos. Desde 12.800. adicional, se ofrecen descuentos especiales a clientes mayoristas y beneficios de fidelización a quienes compran de forma continua.

4.6.2 Condiciones de pago

Para clientes frecuentes o mayoristas, se permite el pago en efectivo no superando grandes montos, también por transferencia bancarias. Los nuevos clientes deben cancelar en el momento de la entrega hasta consolidar una relación comercial estable. No se manejan ventas a crédito prolongadas, con el fin de mantener una buena rotación de efectivo y evitar riesgos financieros.

4.6.3 *Entregas y distribución*

La Granja avícola Huevos La Prosperidad ofrece un servicio de entrega a domicilio gratuito a partir de la compra de una caja (12 cartones), y con descuento del 50% en el costo de transporte para pedidos de seis cartones.

Las entregas se realizan principalmente en Cúcuta y su área metropolitana, garantizando que el producto llegue fresco, limpio y bien empacado.

Las cubetas se empacan en cartones nuevos de colores llamativos (morado, verde y gris) que brindan una mejor presentación y protección durante el transporte.

4.6.4 *Atención al cliente*

La atención es personalizada y directa, principalmente a través de WhatsApp y llamadas telefónicas, lo que permite mantener una comunicación rápida y cercana.

Gracias a la atención cálida y responsable, los clientes se sienten valorados y escuchados, lo cual se refleja en la constancia de los pedidos y en las recomendaciones espontáneas que hacen a nuevos consumidores.

CAPÍTULO V Modulo Financiero

5 Modulo Financiero

5.1 Proyección de ventas

La granja avícola Huevos a Prosperidad ha mostrado un crecimiento constante desde su inicio, se cuenta 3.200 gallinas en producción, se recolecta en promedio el 90% diario de postura, equivalente a 2.880 huevos diarios, lo que corresponde a 96 cubetas de 30 unidades cada día.

El precio de venta varía según el tipo de cliente, el consumidor final: \$15.000 por cubeta y el mayorista: \$12.500 por cubeta.

La granja proyecta continuar con el modelo de crecimiento paulatino, reinvertiendo las utilidades en nuevos galpones y en la reposición de lotes cada 18 meses. Además, se espera que para el año 2026 se construya un nuevo galpón con capacidad para 2.500 aves adicionales, lo que aumentará la producción y permitirá cubrir una mayor porción del mercado local.

5.1.1 *Tamaño del mercado*

En Cúcuta y su área metropolitana el consumo de huevo ha aumentado significativamente. Según datos recientes de FENAVI (2024), el consumo per cápita en Colombia alcanzó los 365 huevos por persona al año, lo que significa que, en promedio, cada colombiano consume un huevo diario. Esto representa una gran oportunidad para la granja, ya que demuestra que el huevo sigue siendo un alimento esencial, tanto en hogares como en negocios gastronómicos.

Considerando una población aproximada de 800.000 habitantes en el área metropolitana de Cúcuta, el consumo anual estimado supera los 292 millones de huevos al año, lo que equivale a más de 9,7 millones de cubetas.

Esto demuestra que, aunque la producción actual de la granja representa una fracción pequeña del total del mercado, existe una gran demanda potencial por cubrir, especialmente en el segmento de huevos frescos y de origen local.

5.1.2 *Tabla de proyección de ventas y Justificación*

La granja avícola Huevos la Prosperidad cuenta con una capacidad de 3.200 aves ponedoras si de las cuales el 90% es producción se realiza la reposición de lotes cada 18 meses, con un nuevo galpón en 2026 con 2.500 aves adicionales, con un crecimiento en ventas del 11% anual y el Precio promedio ponderado de venta:

Tabla 30
Costos variables mensuales de la granja avícola Huevos la Prosperidad

Tipo de Huevo	Distribución (%)	Precio Unitario (COP)
Tipo B	0,1	12.000
Tipo A	0,6	13.000
Tipo AA	0,3	14.000
Tipo Extra	0,0	15.000

Nota. Elaboración de los autores.

Tabla 31
Proyección de la granja avícola Huevos la Prosperidad

Año	Cartones Totales	Ventas Totales	Cartón Tipo B	Ventas B	Cartón Tipo A	Ventas A	Cartón Tipo AA	Ventas AA	Cartón Tipo EXTRA	Ventas EXTRA
2025	35.040	\$ 463.228.800	3.504	\$ 42.048.000	21.024	\$ 273.312.000	9.811	\$ 137.356.800	701	\$ 10.512.000
2026	38.894	\$ 514.183.968	3.889	\$ 46.673.280	23.337	\$ 303.376.320	10.890	\$ 152.466.048	778	\$ 11.668.320
2027	43.173	\$ 570.744.204	4.317	\$ 51.807.341	25.904	\$ 336.747.715	12.088	\$ 169.237.313	863	\$ 12.951.835
2028	47.922	\$ 633.526.067	4.792	\$ 57.506.148	28.753	\$ 373.789.964	13.418	\$ 187.853.418	958	\$ 14.376.537
2029	53.193	\$ 703.213.934	5.319	\$ 63.831.825	31.916	\$ 414.906.860	14.894	\$ 208.517.294	1.064	\$ 15.957.956

Nota. Elaboración de los autores.

Las proyecciones de ventas se fundamentan en la capacidad productiva actual y en los planes de expansión a mediano plazo de la empresa. La reposición de lotes cada 18 meses garantiza la continuidad del proceso productivo y evita la disminución en los niveles de oferta.

El crecimiento proyectado del 11 % anual se considera realista y sostenible, basado en el fortalecimiento de la red de clientes actuales, la expansión hacia nuevos puntos de comercialización y el comportamiento ascendente del consumo de huevos frescos en la región.

5.1.3 Participación del mercado

De acuerdo con el tamaño del mercado estimado para Cúcuta (aproximadamente 9,7 millones de cubetas anuales), la Granja Huevos La Prosperidad tiene actualmente una participación cercana al 0,03% del mercado local. Aunque esta cifra puede parecer pequeña, representa un avance significativo para una empresa familiar que produce bajo condiciones artesanales y sostenibles.

El objetivo para los próximos cinco años es duplicar la participación de mercado, alcanzando alrededor del 0,06%, con una producción total de 4.600 cubetas mensuales a partir del 2026. La ventaja competitiva de la granja radica en la frescura del producto, el trato directo con el cliente y la confianza que se ha ganado gracias a la transparencia y calidad constante.

5.1.4 Política de cartera

La granja Huevos la Prosperidad maneja una política de cartera sencilla, flexible y basada en la confianza con los clientes. Dado que el negocio tiene un trato directo con los compradores, la mayoría de las operaciones se realizan de manera contado o transferencia inmediata, lo que permite mantener una buena liquidez y evitar pérdidas por incumplimientos.

Condiciones de cobro y pago para los clientes nuevos deben realizar el pago completo al momento de la entrega del pedido, los clientes frecuentes o mayoristas: pueden acceder a un plazo máximo de 8 a 10 días, siempre que mantengan un buen historial de pago y relación comercial estable, los pagos se reciben en efectivo o por transferencia bancaria, lo que facilita la trazabilidad de las operaciones. No se

manejan créditos prolongados, ya que el negocio prioriza la rotación rápida del efectivo para sostener la compra de insumos, alimento y empaques.

La gestión de cartera de la granja avícola huevos la prosperidad, se realiza a través del coordinador administrativo, quien se comunica directamente con los clientes para verificar pagos pendientes o coordinar entregas futuras. Esta relación cercana permite un control más personal y eficiente, evitando retrasos y fortaleciendo la confianza mutua. Para efectos contables, los registros de facturación, ingresos y egresos se manejan en hojas de control digital, lo cual permite llevar un seguimiento ordenado de las cuentas por cobrar y por pagar.

Política preventiva de la granja avícola huevos la prosperidad para evitar riesgos financieros o pérdida de capital, se evita ofrecer crédito a nuevos clientes sin referencias, se realiza seguimiento semanal a las cuentas abiertas y caso de mora, se suspende la entrega hasta regularizar el pago anterior. La política de cartera de la Granja Huevos La Prosperidad está diseñada para mantener la estabilidad financiera del negocio sin poner en riesgo su liquidez. La clave ha sido mantener relaciones de confianza con los clientes y aplicar reglas claras, lo que ha permitido sostener la operación diaria sin depender de créditos externos ni acumular deudas.

5.2 Inversión y financiación

5.2.1 *Plan de inversión*

La granja avícola Huevos a Prosperidad trabaja con esfuerzo y dedicación para generar utilidades y reinvertir gran parte en mejoras dentro de la misma granja, como arreglos, compra de concentrado, medicamentos y mantenimiento general. Su enfoque es seguir creciendo, y para eso uno de los objetivos más importantes que se tiene a mediano plazo es construir un nuevo galpón para 2.500 aves más. Esto nos permitiría aumentar la producción, atender más clientes y aprovechar mejor la demanda que hay en la región. Para lograr esto, tengo planeado combinar una parte con recursos propios y otra parte con un

crédito, ya que es una inversión grande. En total, la construcción del nuevo galpón y todo lo necesario para hacerlo funcionar tiene un valor aproximado de 94 millones de pesos, incluyendo materiales, compra de aves, alimentos, vacunas y equipos básicos.

5.2.2 Estrategias de financiamiento

La granja avícola Huevos la prosperidad cuenta con opciones para financiar parte de la inversión. Se ha visitado entidades bancarias y algunas fundaciones que se dedican a apoyar al pequeño productor agropecuario, pero la mayoría pide muchos documentos o maneja intereses muy altos. Se contacto a una cooperativa agropecuaria que apoya a los productores del campo con créditos de bajo interés, especialmente a los que ya están afiliados. Esta opción es la indicada, porque además de tener tasas más bajas, su enfoque es ayudar a los campesinos y productores como nosotros. La granja realizara los trámites pertinentes, para iniciar el proceso de afiliación y poder acceder a este crédito, lo planeado es conseguir un préstamo de 60 millones de pesos, y cubrir el resto con recursos propios.

Se debe evitar el sobre endeudamiento, ya que la misma producción de los huevos debe ir cubriendo las cuotas del crédito sin afectar el funcionamiento diario de la granja.

5.2.3 Fuentes de financiamiento

La granja avícola Huevos la Prosperidad cuenta con recursos propios: Aquí se incluyen los ahorros que se realiza con las ventas de huevos, también se destina una reserva para emergencias o para invertir en algo que ayude a mejorar la producción.

Crédito cooperativo: Es la opción más viable para la granja Avícola huevos la Prosperidad. La cooperativa ofrece préstamos con intereses bajos, más o menos entre 1,0% y 1,5% mensual, que equivale a 12% o 18% anual, lo cual es mejor que los bancos tradicionales. El plazo que tengo pensado es de 36

meses, con cuotas cercanas a 2.200.000 pesos mensuales, que serían manejables teniendo en cuenta la rentabilidad del negocio.

Apoyos institucionales: También estoy atenta a los programas del Ministerio de Agricultura o FINAGRO, porque a veces ofrecen créditos con tasas subsidiadas o apoyos para pequeños productores rurales, que podrían ayudarme a complementar esta inversión.

5.2.4 *Plan de financiamiento*

El crecimiento planificado de la Granja La Prosperidad contempla la construcción de un nuevo galpón para alojar las 2.500 aves adicionales, con el fin de incrementar la capacidad productiva y responder a la creciente demanda de huevos frescos en la región.

Con el objetivo de construir un nuevo galpón y aumentar la capacidad productiva, se decidió optar por un crédito agropecuario, aprovechando las facilidades que ofrecen las entidades financieras del sector rural, las cuales promueven el desarrollo de proyectos productivos con tasas preferenciales y condiciones accesibles.

A continuación, se presenta la tabla de amortización correspondiente al crédito

Tabla 32
Amortización del crédito para la granja avícola Huevos la Prosperidad

Mes	Cuota	Interés	Abono a capital	Saldo final
1	1,443,000	360,000	1,083,000	28,917,000
2	1,443,000	346,999	1,096,001	27,820,999
3	1,443,000	333,852	1,109,148	26,711,851
4	1,443,000	320,542	1,122,458	25,589,393
5	1,443,000	307,073	1,135,927	24,453,466
6	1,443,000	293,442	1,149,558	23,303,908
7	1,443,000	279,647	1,163,353	22,140,555

8	1,443,000	265,687	1,177,313	20,963,242
9	1,443,000	251,559	1,191,441	19,771,801
10	1,443,000	237,262	1,205,738	18,566,063
11	1,443,000	222,793	1,220,207	17,345,856
12	1,443,000	208,150	1,234,850	16,110,999
13	1,443,000	193,332	1,249,668	14,861,331
14	1,443,000	178,336	1,264,664	13,596,667
15	1,443,000	163,160	1,279,840	12,316,827
16	1,443,000	147,802	1,295,198	11,021,629
17	1,443,000	132,259	1,310,741	9,710,888
18	1,443,000	116,531	1,326,469	8,384,419
19	1,443,000	100,613	1,342,387	7,042,032
20	1,443,000	84,504	1,358,496	5,683,536
21	1,443,000	68,203	1,374,797	4,308,739
22	1,443,000	51,705	1,391,295	2,917,444
23	1,443,000	35,009	1,407,991	1,509,453
24	1,443,000	18,114	1,424,886	0

Nota. Elaboración de los autores.

El crédito inicia con un capital de \$30.000.000 y una tasa de interés aproximada del 1,2 % mensual. A lo largo de los 24 meses, los pagos de intereses disminuyen progresivamente a medida que se amortiza el capital, lo que refleja una reducción constante en el saldo de la deuda.

Este esquema de pago permite mantener un flujo de caja equilibrado, al tiempo que se garantiza la inversión en infraestructura necesaria para incrementar la capacidad productiva

5.2.5 Costos y gastos de operación

Para evaluar la estructura financiera del proyecto, se clasifican los gastos operativos de la Granja Avícola La prosperidad en dos categorías: costos fijos y costos variables. Esta separación permite identificar con claridad cuáles egresos se mantienen constantes independientemente del nivel de producción, y cuáles fluctúan en función del volumen de actividad productiva

Tabla 33
Costos y gastos de la granja avícola Huevos la Prosperidad

Tipo de costo	Concepto	Valor mensual
Costos fijos	Mano de obra	7,000,000
	Servicios públicos	350,000
	Depreciación galpones	666,667
	Depreciación equipos	100,000
	Amortizaciones gallinas	574,378
	Mantenimiento e imprevistos	350,000
	Total, costos fijos mensuales	9,041,045
Costos variables	Concentrado para aves	19,800,000
	Transporte y distribución	600,000
	Medicamentos y suplementos	500,000
	Empaques y cartones	700,000
	Total costos variables mensuales	21,600,000

Nota. Elaboración de los autores

En conjunto, los costos y gastos operativos mensuales ascienden a \$30.641.045, de los cuales el 70,5 % corresponde a costos variables y el 29,5 % a costos fijos. Esto evidencia que la alimentación de las aves (concentrado) representa el componente más significativo dentro de la estructura de costos, situación típica en los sistemas de producción avícola.

5.2.6 Costo variable unitario

El costo por huevo se calcula con los gastos que se mueven con la venta. Se vende en promedio 2.850 cubetas/mes (eso son 85.500 huevos/mes).

Variables consideradas (solo producción/venta del mes): Concentrado de postura (solo lo que “hace” los huevos): \$15.860.000, empaques: \$700.000, Transporte: \$600.000, Medicamentos/insumos sanitarios: \$500.000, Otros variables menores (bolsas/cintas): \$200.00, Total, variables/mes: \$17.860.000.

Ahora sí, a convertir a unidad: Costo variable por huevo = $\$17.860.000 \div 85.500 = \209 COP, Costo variable por cubeta (30 huevos) = $\$209 \times 30 = \6.270 COP.

Se deja un margen de seguridad por merma (huevos fisurados, muy pequeños o calor extremo). Si le cargo un 3%–5% adicional por pérdidas, el costo variable unitario me queda entre \$215 y \$220 por huevo (o sea \$6.450 a \$6.600 por cubeta)..

Cómo se entiende con mis precios actuales: Mayorista: vendo a \$12.500/cubeta → margen bruto aprox. \$5.900 a \$6.050 por cubeta. Consumidor final: vendo a \$15.000/cubeta → margen bruto aprox. \$8.400 a \$8.550 por cubeta. Para el análisis financiero del capítulo, dejo los dos, base (operativo/mes): \$209–\$220 por huevo y Conservador (integral): \$280–\$335 por huevo.

5.2.7 Costos fijos

Los costos fijos corresponden a aquellos desembolsos que la empresa debe realizar mensualmente para mantener la operación básica en marcha, sin importar la cantidad de huevos producidos. Entre ellos se incluyen la mano de obra, los servicios públicos, la depreciación de la infraestructura y los equipos, la amortización de las aves ponedoras, así como los gastos de mantenimiento e imprevistos.

Tabla 34
Costos fijos de la granja avícola Huevos la Prosperidad

Tipo de costo	Concepto	Valor mensual
Costos fijos	Mano de obra	7.000.000
	Servicios públicos	350.000
	Depreciación galpones	666.667
	Depreciación equipos	100.000
	Amortizaciones gallinas	574.378
	Mantenimiento e imprevistos	350.000
	Total, costos fijos mensuales	9.041.045

Nota. Elaboración de los autores

El monto total de costos fijos mensuales asciende a \$9.041.045, valor que se mantiene constante independientemente del nivel de producción.

Con una producción promedio de 2.880 cubetas mensuales, los costos fijos por unidad equivalen aproximadamente a \$3.140 por cubeta. Al considerar que el costo variable por cubeta oscila entre \$6.270 y \$6.600, el costo total unitario se ubica alrededor de \$9.400 por cubeta.

5.3 Proyección de ingresos, costos y gastos

Se considerado lo siguiente para la proyección de ingresos, costos y gastos para la granja avícola Huevos la Prosperidad. Producción actual: 2.500 gallinas ponedoras activas, Nuevo galpón en 2026 con 2.500 aves adicionales, Cada lote dura 18 meses y luego se reemplaza, precio de venta promedio: \$14.000 por cubeta (mezclando mayorista y consumidor final), producción promedio mensual: 2.850 cubetas al 34.200 al año, los costos aumentan cada año un 8 % (por inflación y aumento de insumos). La producción aumenta con el nuevo galpón (duplicando capacidad en 2026).

Tabla 21

Proyección ingresos, costos y gastos de la granja avícola Huevos la Prosperidad

Año	Cartones Totales	Ventas Totales	Tipo B	Ventas B	Tipo A	Ventas A	Tipo AA	Ventas AA	Tipo Extra	Ventas Extra
1	35,040	\$ 463,228,800	3,504	\$ 42,048,000	21,024	\$ 273,312,000	9,811	\$ 137,356,800	701	\$ 10,512,000
2	38,894	\$ 514,183,968	3,889	\$ 46,673,280	23,337	\$ 303,376,320	10,890	\$ 152,466,048	778	\$ 11,668,320
3	43,173	\$ 570,744,204	4,317	\$ 51,807,341	25,904	\$ 336,747,715	12,088	\$ 169,237,313	863	\$ 12,951,835
4	47,922	\$ 633,526,067	4,792	\$ 57,506,148	28,753	\$ 373,789,964	13,418	\$ 187,853,418	958	\$ 14,376,537
5	53,193	\$ 703,213,934	5,319	\$ 63,831,825	31,916	\$ 414,906,860	14,894	\$ 208,517,294	1,064	\$ 15,957,956

Nota. Elaboración de los autores

Esta tabla muestra la proyección de mis ingresos, costos y utilidad neta para los próximos cinco años.

Durante el 2025 mantendré la producción actual de 2.500 aves. A partir del 2026, se planea la construcción de un nuevo galpón para 2.500 gallinas más, lo cual duplicará la capacidad de producción y los ingresos, pero también aumentará los costos. Aunque los precios de los insumos suelen subir cada año, también se proyecta un aumento progresivo en el precio de venta, gracias al reconocimiento de la marca, la fidelización de los clientes y la mejora en los canales de distribución. A pesar de esos incrementos en costos, el negocio sigue mostrando una rentabilidad sólida, con utilidades que permiten reinvertir en ampliaciones, mejoras sanitarias y formalización legal de la granja.

5.4 Estados financieros

5.4.1 Balance General (proyectado a 5 años)

Tabla 35
Balance general granja avícola Huevos la Prosperidad

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
ACTIVO						
DISPONIBLE						
Efectivo y bancos	74.790.000	-62.460.717	1.159.417	97.622.577	218.781.514	368.158.385
Inventarios	5.000.000	21.600.001	22.896.000	24.269.760	25.725.946	27.269.502
Cuentas por cobrar	8.000.000	46.322.880	51.418.397	57.074.420	63.352.607	70.321.393
TOTAL, ACTIVO CORRIENTE	87.790.000	5.462.164	75.473.813	178.966.758	307.860.067	465.749.281
PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPOS						
Equipos	5.400.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Intangibles y diferidos	3.500.000	0	0	0	0	0
Gallinas semovientes	21.407.000	28.300.000	28.300.000	28.300.000	28.300.000	28.300.000
Depreciaciones	766.667	9.200.004	18.400.008	27.600.012	36.800.016	46.000.020
Total, propiedad planta y equipo	82.307.000	85.099.996	75.899.992	66.699.988	57.499.984	48.299.980
TOTAL, ACTIVO	170.097.000	90.562.160	151.373.805	245.666.746	365.360.051	514.049.261
PASIVO						
Obligaciones Bancarias	14.400.000	15.600.000	6.576.573	0	0	0
Nacionales	6.000.000	18.384.627	19.487.705	20.656.967	21.896.385	23.210.168
TOTAL, PASIVO CORRIENTE	20.400.000	33.984.627	26.064.278	20.656.967	21.896.385	23.210.168

Obligaciones Bancarias LP	15.600.000	0	0	0	0	0
Total, cuentas por pagar	15.600.000	0	0	0	0	0
TOTAL, PASIVO	36.000.000	33.984.627	26.064.278	20.656.967	21.896.385	23.210.168
PATRIMONIO						
Capital Social	107.300.000	107.300.000	107.300.000	107.300.000	107.300.000	107.300.000
Utilidades retenidas	26.797.000	44.839.283	108.459.417	204.922.577	326.081.514	475.458.385
TOTAL, PATRIMONIO	134.097.000	152.139.283	215.759.417	312.222.577	433.381.514	582.758.385
TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO	170.097.000	186.123.910	241.823.695	332.879.544	455.277.899	605.968.553

Nota. Elaboración de los autores

El balance general proyectado muestra la situación financiera esperada de la granja Huevos La Prosperidad desde el año 2025 hasta el 2029.

En él se puede observar cómo los activos aumentan progresivamente gracias a la reinversión de utilidades y a la ampliación de la infraestructura productiva.

Dentro de los activos, se incluyen las aves ponedoras, las cuales se consideran activos biológicos que generan beneficios económicos durante su vida útil. Estos activos se van depreciando gradualmente cada 18 meses, que es el tiempo promedio del ciclo productivo de las gallinas.

También se reflejan los galpones, el terreno, los equipos, los inventarios de huevos y el efectivo disponible.

En cuanto a los pasivos, se proyecta la adquisición de un crédito durante el año 2025 para la construcción de un nuevo galpón, lo que explica el aumento de las obligaciones financieras en ese periodo. A partir de 2027 el pasivo empieza a reducirse a medida que se amortiza el crédito.

El patrimonio de la empresa crece de forma sostenida, pasando de \$152 millones en 2025 a 605 millones en 2029, lo que demuestra una buena rentabilidad y una gestión responsable de las utilidades.

En general, el balance refleja que la granja mantiene un equilibrio financiero sólido, con más activos propios que deudas, lo que garantiza estabilidad y capacidad para seguir creciendo.

5.4.2 Estado de Resultados Proyectado a 5 años

Tabla 36
Estados resultados

AÑO	2025	2026	2027	2028	2029
Ventas	463.228.800	514.183.968	570.744.204	633.526.067	703.213.934
Costos Variables	259.200.000	274.752.000	291.237.120	308.711.347	327.234.028
Costos Fijos	108.492.540	115.002.092	121.902.218	129.216.351	136.969.332
Gastos financieros	17.352.743	17.352.743	0	0	0
EBIT	78.183.517	107.077.132	157.604.867	195.598.369	239.010.574
Depreciación y Amortización	9.200.004	9.200.004	9.200.004	9.200.004	9.200.004
Utilidad antes de Impuestos	68.983.513	97.877.128	148.404.863	186.398.365	229.810.570
Impuesto 35%	24.144.229	34.256.995	51.941.702	65.239.428	80.433.700
Utilidad Neta	44.839.283	63.620.133	96.463.161	121.158.937	149.376.871

Nota. Elaboración de los autores

El estado de resultados proyectado refleja el desempeño económico esperado de la Granja Avícola La Prosperidad en el mediano plazo.

Durante el año base del 2025, los ingresos por ventas ascienden a 463 millones, la cual esta cifra crece de forma sostenida hasta alcanzar 703 millones en el año 2029. Este incremento se explica por la ampliación de la capacidad productiva, resultado de adquirir 2.500 aves adicionales prevista para el 2027 y por la mejora progresiva en la eficiencia operativa.

Los costos variables están conformados principalmente por los gastos de alimentación lo que incluye el concentrado y el suplemento orgánico, vacunación, control sanitario y manejo de las aves. En tanto, los

costos fijos comprenden los gastos en mano de obra, servicios públicos, transporte, empaque y mantenimiento de las instalaciones, los cuales presentan un crecimiento moderado asociado al incremento en la escala de producción.

Así mismo, se considera la depreciación y amortizaciones los activos biológicos y productivos, que reflejan el desgaste de las aves, equipos e infraestructura a lo largo de su vida útil.

5.4.3 Flujo de Caja Proyectado a 5 años

Tabla 37

Flujo de caja

AÑO	0	1	2	3	4	5
FLUJO	-107.300.000	44.839.283	63.620.133	96.463.161	121.158.937	149.376.871

Nota. Elaboración de los autores

El flujo de caja proyectado refleja las entradas y salidas de dinero durante los próximos 5 años. Se observa que, a partir del primer año de operación el negocio genera una liquidez positiva, lo que indica que los ingresos son suficientes para cubrir los costos operativos, gastos administrativos y los compromisos financieros.

Durante el segundo año, el flujo continúa aumentando de manera positiva, demostrando un crecimiento estable del negocio. En los años siguientes especialmente a partir del tercer año, se evidencia una atención significativa, impulsada por el impulso de crecimiento de la producción y la consolidación de las ventas.

El comportamiento general del flujo de cja muestra que el proyecto mantiene una capacidad continua de generar efectivo, sin la necesidad de recurrir a nuevos endeudamientos.

5.5 Evaluación del proyecto

5.5.1 VAN

El Valor Actual Neto (VAN) es una herramienta que permite determinar si el proyecto es rentable, comparando las inversiones iniciales con los ingresos esperados a lo largo de los años.

En el caso de Granja La Prosperidad, el flujo de caja proyectado demuestra que el negocio genera ingresos estables y en crecimiento, por lo tanto, al aplicar una tasa de descuento del 15% anual, el VAN resulta positivo, lo que indica que el proyecto sí es viable financieramente.

En palabras sencillas, esto significa que la granja no solo recupera la inversión inicial, sino que también genera utilidades por encima del costo del dinero, garantizando su sostenibilidad en el tiempo.

VPN 15% \$ 401.362.456,30

5.5.2 TIR

La Tasa Interna de Retorno (TIR) representa el porcentaje de rentabilidad que genera el proyecto con respecto a su inversión. Para esta proyección, la TIR estimada se ubica alrededor del 32%, lo que es un excelente indicador, ya que supera ampliamente la tasa de interés promedio del mercado financiero colombiano (que ronda el 15%).

La TIR obtenida del 61,03 % supera ampliamente la tasa mínima requerida del 15 %. Esto significa que el proyecto no solo recupera la inversión inicial, sino que también ofrece una rentabilidad interna muy superior al costo de capital, confirmando su alto potencial financiero.

En otras palabras, invertir en la granja resulta más rentable que dejar el dinero en el banco o invertir en otros sectores tradicionales.

Esto confirma que la ampliación del galpón y la continuidad del proyecto representan una decisión acertada.

5.5.3 *Punto de equilibrio*

El punto de equilibrio muestra el nivel mínimo de ventas que se necesita para cubrir todos los costos y gastos, sin generar pérdidas ni ganancias. De acuerdo con los cálculos realizados, la granja alcanza su punto de equilibrio aproximadamente con la venta de 1.420 cubetas mensuales, lo que equivale al 50% de la producción total promedio. Esto quiere decir que, desde el momento en que se venden más de esas 1.420 cubetas, la empresa empieza a generar ganancias. Actualmente, la granja comercializa cerca de 2.850 cubetas al mes, por lo cual opera por encima de su punto de equilibrio, mostrando una estabilidad económica sólida.

5.5.4 *Razones Financieras*

5.5.4.1 *Liquidez*

La liquidez refleja la capacidad de la granja para responder a sus obligaciones de corto plazo. Los flujos de caja y balances proyectados muestran que la empresa mantiene un margen de efectivo positivo cada año, sin necesidad de recurrir a préstamos adicionales. Esto significa que la empresa puede cubrir sus gastos operativos, pagos a proveedores y otras obligaciones sin dificultades.

Tabla 38
Razón Corriente

Año	Activo Corriente	Pasivo Corriente	Razón Corriente
2025	\$ 5,462,164	\$ 33,984,627	0
2026	\$ 75,473,813	\$ 26,064,278	3

2027	\$	178,966,758	\$	20,656,967	9
2028	\$	307,860,067	\$	21,896,385	14
2029	\$	465,749,281	\$	23,210,168	20

Nota. Elaboración de los autores

La tendencia es positiva y ascendente, pasando de una posición riesgosa a una situación de liquidez sobresaliente, a partir del tercer año, la empresa demuestra autonomía financiera y una gestión eficiente de sus recursos. La Granja La Prosperidad muestra solvencia, estabilidad y mejora continua en su capacidad para cumplir sus compromisos financieros a corto plazo.

Tabla 39
Razón de endeudamiento

Año	Pasivo Total	Activo total	Endeudamiento
1	\$ 33,984,627.00	\$ 90,562,160.18	38%
2	\$ 26,064,278.04	\$ 151,373,805.30	17%
3	\$ 20,656,966.90	\$ 245,666,745.60	8%
4	\$ 21,896,384.91	\$ 365,360,050.53	6%
5	\$ 23,210,168.01	\$ 514,049,260.65	5%

Nota. Elaboración de los autores

La Granja La prosperidad muestra una evolución muy positiva pasando de un 38% a un 5% en cinco años, la cual pasa de depender de un crédito externo a tener una estructura

5.5.4.2 Rentabilidad

La rentabilidad del negocio es alta y se mantiene en crecimiento durante los cinco años proyectados. La utilidad neta, que inicia en \$180 millones en 2025, aumenta hasta \$419 millones en 2029, mostrando que el negocio no solo es sostenible, sino que además permite reinvertir para seguir creciendo. El margen de ganancia anual supera el 35%, lo que demuestra la eficiencia del modelo de producción y la aceptación del producto en el mercado.

Tabla 40
Margen Neto

2025	2026	2027	2028	2029
------	------	------	------	------

10%	12%	17%	19%	21%
-----	-----	-----	-----	-----

Nota. Elaboración de los autores

El margen neto crece progresivamente de 10% a 21% en cinco años, la cual se evidencia una tendencia positiva de rentabilidad, la empresa demuestra una mayor solidez operativa y sostenibilidad económica a largo plazo.

Tabla 41
ROA

2025	2026	2027	2028	2029
50%	42%	39%	33%	29%

Nota. Elaboración de los autores

Este indicador presenta una tendencia descendente durante los cinco años, pasando de un 50% en el primer año a un 29% en el quinto año, esto refleja que aunque la empresa mantiene utilidades positivas, su capacidad para generar beneficios a partir de sus activos a disminuido, esta reducción puede explicarse por el aumento en la inversión en activos fijos los cuales incrementan el valor total del activo pero no generan ingresos inmediatos en la misma proporción.

Tabla 42
ROE

2025	2026	2027	2028	2029
29%	29%	31%	28%	26%

Nota. Elaboración de los autores

Este indicador nos muestra una tendencia estable a lo largo de cinco años, con valores que van del 26% al 31%, esto se evidencia que la empresa lograra mantener una rentabilidad sólida, reflejando una gestión eficiente del capital.

CAPÍTULO VI Impactos

6 Impactos

6.1 Impacto económico

La creación y fortalecimiento de la Granja Huevos La Prosperidad ha generado un impacto económico positivo tanto a nivel familiar como local. En primer lugar, este proyecto permitió crear una fuente de ingresos estable y sostenible para nuestra familia, reduciendo la dependencia de empleos externos y fortaleciendo la economía del hogar.

Además, se ha convertido en un ejemplo de emprendimiento rural que demuestra que con disciplina y amor por lo que se hace, es posible construir empresa desde el campo. En la vereda La Prosperidad, donde está ubicada la granja, también se ha dinamizado la economía, ya que se generan compras constantes de concentrado, medicamentos veterinarios, materiales de construcción, y empaques, los cuales se adquieren principalmente a proveedores locales.

Esto ayuda a que otras pequeñas empresas y comercios de la zona también se beneficien indirectamente. A futuro, con la ampliación del nuevo galpón proyectado para el año 2026, se espera aumentar la producción y abrir más oportunidades laborales, aportando al desarrollo económico del municipio de Cúcuta.

6.2 Impacto social

La granja avícola Huevos la Prosperidad desde su inicio, ha tenido un impacto social, pues ha permitido fortalecer la unión y el trabajo en equipo dentro de la familia. Cada integrante cumple un papel fundamental: mi esposo se encarga del cuidado de las aves y la logística, mi padre de las construcciones y mantenimiento, mi madre como representante legal, mis hermanos en el transporte y mantenimiento, y yo en la parte administrativa, contable y estratégica. Incluso mi hijo de 9 años participa con su entusiasmo y curiosidad, convirtiéndose en el motor que nos impulsa a seguir adelante.

La granja también ha servido como ejemplo en la comunidad, mostrando que el campo sigue siendo una oportunidad de progreso y que se pueden generar productos de calidad sin perder la esencia familiar y humana. Además, mantenemos una relación cercana con los clientes, basada en la confianza, la honestidad y la buena atención, lo que fortalece los lazos entre productor y consumidor.

A mediano plazo, se espera poder vincular a madres cabeza de familia de la zona rural y brindarles oportunidades de empleo o capacitación en manejo avícola, fomentando la inclusión social y el desarrollo rural sostenible.

6.3 Impacto ambiental

El respeto por el medio ambiente ha sido una prioridad desde el inicio del proyecto. En Granja Huevos La Prosperidad se promueven prácticas de producción responsables con el entorno, tales como, uso de alimentación orgánica complementaria, que reduce el consumo de insumos industriales, aprovechamiento del estiércol de las aves como abono natural en los cultivos de frutas y plátano, instalación de sistemas de ventilación y música ambiental que disminuyen el estrés en las aves sin recurrir a químicos, control de residuos mediante un punto ecológico donde se separan y reciclan los materiales aprovechables, tratamiento del agua con métodos seguros, garantizando que sea apta para las aves sin contaminar fuentes naturales.

En el futuro se busca implementar energía solar para reducir los costos eléctricos y seguir avanzando hacia una granja más sostenible y amigable con el ambiente.

6.4 Riesgos (Técnico, comercial, TTHH, normativo, ambiental, otros)

Como todo proyecto, Granja Huevos La Prosperidad está expuesta a diferentes tipos de riesgos que se deben identificar y controlar oportunamente. A continuación, se presentan los principales riesgos y las estrategias para mitigarlos:

Tabla 43
Riesgos

Tipo de Riesgo	Descripción	Medidas de Mitigación
Técnico	Fallas en equipos, ventiladores o bebederos automáticos.	Realizar mantenimientos preventivos y revisiones semanales.
Comercial	Pérdida de clientes o variación en precios del mercado.	Diversificar canales de venta y mantener una clientela fidelizada.
Recursos Humanos	Falta de personal capacitado o ausentismo.	Capacitar a los miembros de la familia y tener apoyo de personal eventual.
Normativo	Cambios en regulaciones del ICA o en permisos de bioseguridad.	Mantener contacto con entidades reguladoras y cumplir con normativas actualizadas.
Ambiental	Altas temperaturas o enfermedades aviares por cambio climático.	Fortalecer la bioseguridad y utilizar ventiladores y techos térmicos.
Financiero	Aumento en los precios del concentrado o baja en ventas.	Mantener un fondo de reserva y plan de ahorro para emergencias.

Nota. Elaboración de los autores

Es importante reconocer que un crecimiento acelerado, que, aunque representa una oportunidad para aumentar la producción y ampliar la participación en el mercado, también implica riesgos significativos para la estabilidad económica del proyecto, una expansión rápida exige incrementos en infraestructura, insumos, mano de obra, sin que necesariamente exista una estructura financiera completamente consolidada para sostener este crecimiento.

Se puede concluir que este crecimiento puede generar presiones sobre el flujo de caja, lo que ocasionaría mayor nivel de endeudamiento o recurrir en la necesidad de recursos externos o préstamos para cubrir costos operativos. Por otra parte, afecta la eficiencia de los procesos productivos comprometiendo la calidad del huevo y ocasionar una sobrecarga en un emprendimiento familiar como este.

CAPÍTULO VII Conclusiones

7 Conclusiones

Desde la perspectiva académica, el diseño de un modelo de negocio para este emprendimiento se convierte en una oportunidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos durante la formación profesional en Contaduría Pública, integrando áreas como la planeación estratégica, la gestión financiera, el análisis contable y la evaluación de proyectos. Además, contribuye al cumplimiento del propósito institucional de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, enfocado en promover el desarrollo social y económico a través de la formación de profesionales éticos, emprendedores y socialmente responsables. Le sirve para recomendaciones

En el ámbito social, este proyecto busca potenciar un emprendimiento que genera empleo y bienestar en la zona rural de Cúcuta, aportando al desarrollo local mediante la producción de alimentos de alta calidad y la promoción de prácticas sostenibles. La Granja Huevos La Prosperidad no solo representa una fuente de ingresos para una familia, sino también un ejemplo de perseverancia, unidad y compromiso con el campo colombiano.

El desarrollo del modelo de negocios para la creación de la productora Avícola Granja la Prosperidad permitió demostrar que un emprendimiento familiar, cuando se realiza con disciplina, amor y compromiso, puede convertirse en una empresa sostenible, rentable y con proyección de crecimiento. Este proyecto, más allá de ser un requisito académico, se transformó en una oportunidad para aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera de Contaduría Pública a una experiencia real de vida.

En el aspecto económico, se evidenció que la producción de huevos bajo condiciones de bienestar animal puede generar ingresos constantes, mantener estabilidad financiera y contribuir al desarrollo local. Las proyecciones financieras mostraron que el negocio no solo es viable, sino que tiene capacidad de expansión y de generar empleo a futuro, especialmente con la construcción del nuevo galpón prevista para el año 2026. Desde el punto de vista social, el proyecto reafirmó la importancia de la familia como base de todo emprendimiento. Cada integrante ha aportado sus conocimientos y habilidades para el funcionamiento de la granja, fortaleciendo los lazos familiares y demostrando que el trabajo en equipo es una de las principales claves del éxito. Además, se logró establecer una relación directa con los clientes, basada en la confianza, la frescura del producto y la atención personalizada, valores que han permitido posicionar la marca en el mercado local.

En cuanto al impacto ambiental, la granja ha adoptado prácticas sostenibles que minimizan los efectos negativos sobre el entorno, promoviendo el uso responsable de los recursos naturales, el reciclaje y la reutilización de residuos orgánicos. Este enfoque no solo mejora la imagen del negocio, sino que también contribuye al bienestar de las aves y a la calidad final del producto.

En el ámbito académico, este trabajo sirvió para integrar los conocimientos contables, administrativos y financieros aprendidos en la universidad, aplicándolos a una experiencia práctica real. El resultado fue un modelo de negocio sólido, con estructura, análisis de mercado, proyecciones

financieras y estrategias de crecimiento, que puede servir de referencia para otros estudiantes o emprendedores del sector agropecuario.

Finalmente, se concluye que Granja Huevos La Prosperidad es un emprendimiento que combina rentabilidad económica con responsabilidad social y ambiental. El proyecto ha permitido evidenciar que con una buena planificación, compromiso y amor por lo que se hace, se pueden alcanzar metas importantes, mejorar la calidad de vida familiar y contribuir al progreso del campo colombiano.

CAPÍTULO VIII Recomendaciones

8 Recomendaciones

Después de haber desarrollado el modelo de negocio de Granja Huevos La Prosperidad y analizar todos los resultados obtenidos, se presentan las siguientes recomendaciones con el propósito de fortalecer el crecimiento y sostenibilidad del emprendimiento:

Continuar con la capacitación técnica y administrativa. Es importante seguir participando en talleres, capacitaciones y programas ofrecidos por entidades como FENAVI, el ICA y la Cámara de Comercio, ya que esto permitirá actualizar conocimientos sobre manejo de aves, bioseguridad, normatividad y administración agroempresarial.

Fortalecer la formalización empresarial. Se recomienda avanzar en la gestión de los registros y permisos ante el ICA, con el fin de obtener la certificación como granja biosegura. Esto no solo mejora la imagen del negocio, sino que abre la puerta para comercializar con supermercados y distribuidores más grandes.

Buscar financiamiento en cooperativas agropecuarias. Teniendo en cuenta la proyección de construir un nuevo galpón en 2026, se aconseja continuar con las gestiones ante cooperativas de ahorro y crédito

del sector agropecuario, que manejan tasas de interés más bajas y programas de apoyo al pequeño productor rural.

Implementar nuevas estrategias de marketing y fidelización. Aunque actualmente se cuenta con una clientela estable, se sugiere fortalecer la presencia digital de la marca mediante redes sociales como Instagram, Facebook o TikTok, mostrando los procesos de producción y el bienestar de las aves. Esto ayudará a seguir ganando confianza y posicionamiento en el mercado local.

Mantener prácticas sostenibles y amigables con el ambiente. Se recomienda seguir aprovechando los residuos orgánicos como abono natural y, en la medida de lo posible, implementar energías limpias como paneles solares, lo cual reducirá costos eléctricos y reforzará el compromiso ambiental del proyecto.

Ampliar la red de aliados estratégicos. Sería conveniente establecer convenios con restaurantes, hoteles y panaderías de la región, garantizando ventas fijas y mayor estabilidad económica. Estos aliados también pueden servir como canales de promoción del producto.

Registrar la marca y proteger la identidad del negocio. Una vez se defina oficialmente el logo y el nombre comercial, se recomienda realizar el registro de marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) para evitar problemas legales futuros y proteger la identidad de Huevos La Prosperidad como marca familiar.

Promover la educación al consumidor. Finalmente, se sugiere implementar estrategias de sensibilización sobre la importancia de consumir productos frescos y de origen responsable. Esto ayudará a crear una cultura de consumo consciente que beneficie tanto al productor como al consumidor.

Referencias

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing* (11.^a ed.). Pearson Educación.
- Cámara de Comercio de Cúcuta. (2023). *Clasificación de actividades económicas (CIIU) y trámites de registro empresarial*.
- Decreto 1072 de 2015. *Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo*
- Decreto 1076 de 2015. *Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible*.
- Anexos
- Fenavi. (2023). *Buenas prácticas avícolas: Guía técnica para pequeños y medianos productores*.
Federación Nacional de Avicultores de Colombia.
- Fenavi. (2025). *Informe sobre consumo de huevo per cápita en Colombia 2025*. Federación Nacional de Avicultores de Colombia. Recuperado de <https://www.fenavi.org>
- Instituto Colombiano Agropecuario (ICA). (2023). *Resolución 3651 de 2023: Requisitos para la certificación de granjas avícolas bioseguras*
- ICA – Instituto Colombiano Agropecuario. (2022). *Manual de bioseguridad para granjas avícolas en Colombia*. Bogotá D.C., Colombia.
- López, M. (2021). *Emprendimiento rural y sostenibilidad en el sector avícola colombiano*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2021). *Política de fomento para la producción avícola sostenible en Colombia*. Bogotá D.C., Colombia.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura – FAO. (2020). *El huevo como alimento esencial en la seguridad alimentaria mundial*.

Pérez, J., & Muñoz, L. (2020). *Gestión empresarial agropecuaria*. Editorial Ecoe Ediciones

Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). (2024). *Guía para el registro de marcas y propiedad industrial*. Recuperado de <https://www.sic.gov.co>

Torres Arriaga, M. G. (2019). *Análisis PESTEL: herramienta para el diagnóstico empresarial*. Universidad Autónoma del Estado de México.