

**PLAN OPERATIVO PARA EL USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE
FENAVI SANTANDER**

ANA MARÍA ORTIZ QUIÑONES
Comunicadora Social- Periodista
Modalidad Pasantía

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
SECCIONAL BUCARAMANGA
2013

**PLAN OPERATIVO PARA EL USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE
FENAVI SANTANDER**

ANA MARÍA ORTIZ QUIÑONES
Comunicadora Social – Periodista
Modalidad Pasantía

Director:
Mag. JAIME ENRIQUE PALLARES ESPINOSA
Comunicador Social – Organizacional

Universidad Pontificia Bolivariana
Escuela de Ciencias Sociales
Facultad de Comunicación Social
Seccional Bucaramanga
2013

CONTENIDO

| | Pág. |
|--------------------------------------|-------------|
| 1. INTRODUCCIÓN | 7 |
| 2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN | 9 |
| 3. OBJETIVOS | 11 |
| 4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS | 12 |
| 5. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES | 15 |
| 6. CONCLUSIONES | 19 |
| 7. RECOMENDACIONES | 21 |
| 8. BIBLIOGRAFIA | 22 |

LISTA DE ANEXOS

| | Pág. |
|---|-------------|
| Anexo 1: Organigrama de FENAVI SANTANDER | 23 |
| Anexo 2: Imagen del evento | 24 |
| Anexo 3: Expectativas difundidas para el X SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN AVÍCOLA EN SANTANDER. | 24 |
| Anexo 4: Mapa de públicos | 30 |
| Anexo 5: Cartas de invitación del Seminario. | 31 |
| Anexo 6: Arte de afiches para Universidades. | 33 |
| Anexo 7: Diseño de Brochure y arte para cada patrocinio | 33 |
| Anexo 8: Imágenes del evento | 46 |
| Anexo 9: Tarjeta de agradecimiento dirigida a patrocinadores. | 50 |
| Anexo 10: Correos de agradecimiento y satisfacción del evento. | 50 |
| Anexo 11: Encuestas | 51 |
| Anexo 12: Cartelera Institucional | 52 |
| Anexo 13: Archivo de prensa | 53 |
| Anexo 14: Presentaciones de comités semanales. | 55 |
| Anexo 15: Textos y artes para el Boletín Informativo, Página web, Seminarios, Capacitaciones, Actividades Institucionales. | 64 |
| Anexo 16: Registro de imágenes de las diferentes actividades realizadas. | 68 |
| Anexo 17: Informes presentados del Festival del Pollo Colombiano. | 70 |
| Anexo 18: Nota del Festival del Pollo en el Boletín Informativo. | 81 |
| Anexo 19: Registro de imágenes e informes de los Talleres de gastronomía. | 82 |

RESUMEN GENERAL DEL TRABAJO DE GRADO

TÍTULO: PLAN OPERATIVO DEL USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE FENAVI SANTANDER
AUTOR(A): ANA MARÍA ORTIZ QUIÑONES
FACULTAD: COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR(A): JAIME ENRIQUE PALLARES ESPINOSA

EL PLAN OPERATIVO DEL USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE FENAVI SANTANDER, fue desarrollado con el fin de fortalecer los diferentes mecanismos de comunicación en el momento de emitir un mensaje externa e internamente de la institución. Se trazaron ciertos objetivos con actividades determinadas teniendo en cuenta las necesidades de la empresa, y según los públicos a los que se dirige la organización. Durante todo su desarrollo y ejecución, el proceso de pasantía cumplió con cada una de las actividades que se debían realizar día a día, como un apoyo constante en la gestión de comunicaciones internas y externas. Al tiempo se trabajó en la organización y logística del evento anual que realiza FENAVI SANTANDER, el X SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN AVÍCOLA, como una de las actividades que priman en la empresa. Algo positivo que hay que recalcar en este trabajo, fue la constante comunicación que se tuvo con la Dirección Ejecutiva y demás departamentos internos, lo que facilitó el éxito de este proceso, dando como muestra la importancia que es el comunicar de una forma horizontal, donde hay una retroalimentación y sincronización en las labores que a cada persona le corresponde.

PALABRAS CLAVES: Medios de comunicación, Comunicación interna y externa, Planeación, Difusión, Retroalimentación, Comunicación horizontal.

VB DIRECTOR

ABSTRACT

TITTLE: MEDIA USAGE OPERATING OF FENAVI SANTANDER

AUTHOR: ANA MARÍA ORTIZ QUIÑONES

COLLEGE: SOCIAL COMMUNICATION

DIRECTOR: JAIME ENRIQUE PALLARES ESPINOSA

THE MEDIA USAGE OPERATING PLAN OF FENAVI SANTANDER was developed to strengthen the various communication mechanisms that are involved in issuing institutional messages internally and externally. Specific objectives were defined with designed activities, taking in count the requirements of the company and the target audience of the organization. During its development and execution, each of the daily activities in the internship served to support the arrangement of external and internal communications. At the same time, work was done regarding the organization and logistics management of the annual event organized by Fenavi Santander: the "**X POULTRY UPDATE SEMINAR**", one of the primary activities of the company. One of the most notable positive aspects of this work was the constant communication that was held with the executive management and other internal departments. This communication facilitated the success of the internship, showing the importance of horizontal communication where there is positive feedback and synchronization of each person's tasks.

Key words: Mass media, Internal and external communication, Planning, Dissemination, Feedback, Horizontal Communication.

V B DIRECTOR

1. INTRODUCCIÓN

Para el buen funcionamiento en cualquier tipo de empresa, es esencial aplicar una comunicación constante, donde se genere una coordinación y una sinergia en cada uno de los individuos de la empresa. Es importante que se tenga una organización de las labores, funciones y actividades para que de esta manera todos los participantes vayan por una misma línea, cumpliendo con los mismos objetivos de la institución. Una comunicación interna efectiva dará como resultado una buena comunicación externa, lo que corresponde a la imagen de la organización y a su vez una buena interacción y comprensión que obtengan sus diferentes públicos.

Dentro de la comunicación estratégica se encuentra la administración de los medios de comunicación, ya que en gran parte depende del “*media mix*” que se implemente para comunicar el mensaje de la manera más exacta y efectiva. Es en este caso, que se quiso fortalecer los medios de comunicación para producir una mayor efectividad en la receptividad de los mensajes en los distintos grupos de interés de FENAVI SANTANDER.

El *micro media*, definido como soportes que permite un contacto directo con la empresa y los diferentes públicos de interés, se efectuó con una mayor intensificación, pues fueron utilizados diferentes instrumentos en plataformas electrónicas o técnicas, como el Boletín informativo digital, el *mailing*, la página institucional, la cartelera y el contacto telefónico; lo que dio como resultado una buena comprensión del mensaje, donde se evidenció en cada una de las actividades realizadas en la organización como conferencias, talleres, el Seminario de Actualización Avícola, y reuniones.

El *Macro media*, entendido como instrumento impersonal y alejado del contacto personal, más bien difusora a través de los medios masivos de comunicación se implementó en menor grado, pero de igual manera de una forma efectiva y que llegó al público deseado.

Después de haber realizado de forma eficiente con cada uno de los objetivos y actividades trazadas en un principio, se hizo un análisis general de la gestión de los medios de comunicación tanto internos como externos de FENAVI SANTANDER, con el fin de recalcar aspectos positivos y otros por reforzar, para que de esta manera se pueda obtener una mayor difusión y conocimiento de la organización hacia sus diferentes públicos de interés.

2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

La Federación Nacional de Avicultores fue creada en 1983 por un grupo de empresarios avícolas con el objetivo de fortalecerse más como gremio y poder explotar a mayor escala esta actividad económica como una de las más importantes en el país. “La avicultura se expandió justo en las regiones donde se desarrolló una economía agrícola moderna, considerando los grados de mecanización (Valle, Tolima y la Sabana de Bogotá), y menos en la Costa Atlántica y la zona montañosa del occidente, incluyendo Antioquia.”¹ Durante los 80's y 90's se dio un gran potencial de desarrollo y una dinámica de crecimiento positivo.

Para tener una amplia cobertura en todo el país desde FENAVI nacional se desprendieron diferentes seccionales en distintas zonas del país, siendo estas autónomas en su toma de decisiones dependiendo de las necesidades de cada seccional; como Fenavi Costa, Fenavi Antioquia, Fenavi Bogotá, Fenavi Central, Fenavi Valle y Fenavi Santander; esta última llamada en un principio como ASOHUEVO en el año 1955. A partir del 23 de Febrero de 1998 recibió el nombre que tiene actualmente. Fue en FENAVI Santander donde se realizó el trabajo de pasantía con el fin de ejecutar un PLAN OPERATIVO PARA EL USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ubicada en la ciudad de Bucaramanga, en la Calle 36 # 26 – 48, Centro Empresarial Suramericana, oficina 204.

Como misión FENAVI Santander propenderá por la defensa del sector avícola Santandereano, apoyará y gestionará acciones tendientes a mejorar la competitividad de la Industria y a hacer de este sector un importante renglón de la economía en el ámbito Nacional con una destacada participación internacional.

Como visión será la organización que gestione y estimule nuevas condiciones para facilitar el cambio en la industria avícola, de tal suerte que los empresarios del sector

¹ LONDOÑO MOLINA, Luis Fernando. LA AVICULTURA EN COLOMBIA. ED. Elizabeth Meek Muñoz, Hugo Aldana Navarrete. Colombia, Bogotá. 2002.

tengan mejores oportunidades en el acceso a sus materias primas, cuenten con herramientas para ser más competitivos, logren insertarse efectivamente en el comercio mundial avícola, consoliden el mejoramiento del status sanitario y de inocuidad de nuestros productos y consoliden su participación en el mercado doméstico con una mayor cercanía a los consumidores colombianos.

La organización se encuentra organizada por una asamblea general como “el órgano máximo de Dirección de FENAVI Santander, que está constituida por la reunión de asociados hábiles o delegados elegidos por estos, y sus decisiones son obligatorias para todos los asociados, siempre que se hallan adoptado de conformidad con la normas legales o reglamentarias estatutarias”². Después se encuentra la Junta Directiva que es el órgano de administración de la seccional que está integrada por 7 miembros principales y 7 suplentes numéricos elegidos por la asamblea general; seguido a ella está la Dirección Ejecutiva como representante legal de FENAVI Santander y ejecutora de las decisiones de la Asamblea General y Junta Directiva; y superior de todos los funcionarios de la seccional. El Revisor Fiscal es el encargado de supervisar y llevar el control interno de la seccional, elegido por la Asamblea general, con su respectivo suplente.

Desde la Dirección Ejecutiva se desprenden diferentes cargos como lo es la Asistente de Dirección, la encargada de brindarle apoyo en la gestión de comunicaciones internas y externas de la institución; la Asistente Administrativa, encargada de controlar los gastos que se derivan del funcionamiento de la agremiación; en el departamento de Contabilidad el encargado en la digitalización del sistema contable de la empresa; y por último la mensajería y oficios varios. (Ver Organigrama en Anexo 1)

² Estatutos de FENAVI SANTANDER

3. OBJETIVOS

Objetivo General:

Diseñar y ejecutar el Plan Operativo para el fortalecimiento de los medios de comunicación dirigidos a los distintos grupos de interés de FENAVI Santander.

Objetivos Específicos:

- Planear, organizar, ejecutar y evaluar el X Seminario de Actualización Avícola en Santander.
- Apoyar la gestión de comunicaciones internas y externas.

4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Cronograma de actividades:

| Objetivo Específico | Actividades | Ene | Feb | Mar | Abril | May | Junio | Juli |
|---|--|-----|-----|-----|-------|-----|-------|------|
| 1. Planear, organizar, ejecutar y evaluar el X SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN AVÍCOLA EN SANTANDER. | 1 Crear la imagen del evento X Seminario de Actualización Avícola en Santander. | | | | | | | |
| | 2 Difundir información del evento por diferentes medios de comunicación. | | | | | | | |
| | 3 Realizar la logística para y durante el evento. | | | | | | | |
| | 4 Evaluar la organización y ejecución del evento, teniendo en cuenta los resultados obtenidos de los participantes y patrocinadores. | | | | | | | |
| 2. Apoyar la gestión de comunicaciones internas y | 1 Realizar comunicados por medio del correo | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|-----------|--|--|--|--|--|--|--|--|
| externas. | electrónico, Boletín Informativo, página web y notas de interés informes de forma directa hacia los afiliados. | | | | | | | |
| | 2 Elaborar y presentar informes de manera creativa y dinámica en los comités afiliados. | | | | | | | |
| | 3 Diagramación, edición y elaboración de textos y artes para el Boletín Informativo, página web de la Seccional, seminarios, capacitaciones y demás actividades que lo requiera. | | | | | | | |
| | 4 Realizar comunicados para las personas interesadas en el tema de la avicultura. | | | | | | | |
| | 5 Apoyo en planeación, organización, evaluación y control de cada uno de los eventos y actividades | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | (seminarios, talleres, reuniones, conferencias). | | | | | | | |
| | 6 Dar soporte a la dirección en análisis de información de cumplimiento frente a las metas proyectadas en el plan de acción. | | | | | | | |
| | 7 Asistir a eventos en representación de la organización. | | | | | | | |
| | 8 CRM dirigido a patrocinadores y otros grupos de interés externos vinculados a eventos de la entidad. | | | | | | | |

5. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Las actividades propuestas y desarrolladas durante todo el proceso de pasantía se implementaron después de haber hecho un acercamiento dentro de la organización y tener un conocimiento acerca de las necesidades de FENAVI seccional Santander, colocando en práctica todos los conocimientos adquiridos durante la carrera, especialmente en la cátedra de Comunicación Organizacional.

De acuerdo al cronograma, siguiendo el orden de cada uno de los objetivos y actividades que se han planteado, en el primer objetivo: Planear, organizar, ejecutar y evaluar el X SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN AVICOLA EN SANTANDER, desde el mes de enero se comenzó a trabajar por el rediseño de la imagen (ver anexo 2), con el fin que generara impacto y recordación dentro del público por los diez años que lleva realizándose este encuentro avícola en Santander. Seguido a esto se ejecutó la difusión de información del evento por diferentes medios de comunicación, como el correo electrónico con expectativas (ver anexo 3) consecutivas dirigidas a los diferentes grupos de interés, con el objetivo de llamar su atención y como resultado crear una alta recordación en los posibles asistentes para que de esta forma los motivara a participar en el evento; ya fuera como asistentes o patrocinadores.

Como parte de la logística para y durante el evento, a cada público de interés se creó un medio de comunicación (ver mapa de públicos en anexo 4), como una sección especial dentro del boletín informativo digital “Nuestro evento”, el cual se le envió personalmente a cada una de las personas que se encuentran en la base de datos, aproximadamente 300 personas (afiliadas y no afiliadas). Se crearon expectativas en diferentes formatos que generaron atención y curiosidad en el público de interés; éstas fueron enviadas de igual forma a la base de datos (correo electrónico), se elaboraron cartas de invitación las cuales algunas se llevaron personalmente y otras se enviaron en formato digital (ver anexo 5), dirigidas a las posibles empresas externas interesadas en el evento. Al tiempo se creó un afiche para imprimir (ver anexo 6) y mostrar hacia un grupo de interés que está relacionados con la avicultura, como lo son las facultades de Veterinaria e Ingeniera Agropecuaria de diferentes Universidades. El arte fue elaborado pero al final no se vio la necesidad de publicarlos, ya que con las cartas de

invitación fue suficiente. Las llamadas telefónicas fue otro medio por el cual se logró hacer vínculos comerciales para que algunas empresas pautaran y asistieran al evento. Se elaboró un Brochure para los posibles interesados en participar al evento y el arte correspondiente para cada patrocinio (ver anexo 7). También hubo una comunicación directa con proveedores para todos los insumos del evento, lo que refiere a la planeación del montaje, el cronograma y la programación del mismo.

En la asistencia de Dirección Ejecutiva se reintegró en el mes de Mayo una funcionaria a la organización, con la que se empalmó el trabajo hecho meses atrás y se empezó a trabajar en conjunto para el desarrollo del evento y post-evento. Se trabajó fuertemente con todo el equipo de FENAVI, el cual cada miembro tuvo ciertas funciones específicas lo que facilitó a que se desarrollara de la mejor manera y culminara como se tenía planeado. Tuvo una asistencia alta de 270 participantes como una muestra de la efectividad de la estrategia de comunicación de mercadeo y promoción implementada. (Ver imágenes del evento anexo 8)

En la última actividad del primer objetivo, el evaluar la organización y ejecución del evento, teniendo en cuenta los resultados obtenidos de los participantes y patrocinadores; al finalizar el seminario muchos de los asistentes se acercaron hacia el grupo FENAVI, expresando la gratitud y satisfacción del evento. Se realizó una reunión con la Junta Directiva, dando a conocer el balance general respecto a los años anteriores, con la más alta asistencia hasta el momento (270 personas inscritas) y con una alta participación de 38 patrocinadores a los que se les envió una tarjeta de agradecimiento (ver anexo 9).

Se recibieron algunos correos electrónicos de gratitud hacia FENAVI (ver anexo 10), y también se realizaron unas encuestas (ver anexo 11) para medir el impacto que tuvo el evento y si llenó las expectativas de los presentes. Se tomó una muestra representativa de los afiliados a FENAVI Santander, entre ellos patrocinadores y participantes, lo que respondieron a las siguientes preguntas: 1) Marque la calidad de las siguientes afirmaciones siendo 1 Muy bueno, 2 Malo, 3 Regular, 2 Bueno y 1 Excelente: Agenda académica, Souvenirs, Conferencistas, Calidad de alimentos, Organización del evento.

A la primera pregunta, el 80% respondió como bueno y el 20% excelente; en la segunda el 80% bueno, el 20% excelente, en la tercera el 50% bueno, el 30% excelente, el 20% regular.

En la cuarta el 50% bueno, el 40% excelente, el 10% regular; y en la última el 90% excelente, el 10% bueno. En la pregunta 2 se les indagó si se llenó las expectativas del evento, lo que el 100% de los encuestados respondieron que sí. En la pregunta 3, se dio un espacio para escribir opiniones del certamen, donde opinaron que el evento cada vez cobra más importancia, por lo tanto es un reto para la seccional, fue excelente oportunidad para cierre de negocios, excelente organización y por mejorar, hay que profundizar un poco más en el tema académico.

En el segundo objetivo del plan operativo: Apoyar la gestión de comunicaciones internas y externas, durante todo este proceso se realizaron comunicados por medio del correo electrónico, el boletín informativo institucional, la página web de la seccional, la cartelera institucional (anexo 12), se alimentó un archivo de prensa para consulta (ver anexo 13) y de una forma personal se expuso hacia los afiliados notas de interés semanales. Se elaboraron informes cada semana (ver anexo 14) de manera creativa y dinámica en el comité de afiliados, con el fin que siempre estuvieran informados en un tema de interés para ellos, como lo es la economía.

Al tiempo se trabajó durante cada mes la diagramación, edición y elaboración de textos y artes (ver anexo 15) para el Boletín informativo, página web de la seccional, seminarios y capacitaciones, con el fin de mantener informados a los públicos de interés que se dirige FENAVI SANTANDER; con notas de actualidad, como también con actividades de la seccional. Por medio del correo electrónico también se mantuvo una comunicación con los interesados en el tema de la avicultura, siempre se brindó el apoyo para planear, organizar, evaluar y controlar cada uno de los eventos y actividades (seminarios, talleres, reuniones, conferencias), y se asistió a eventos en representación de la organización cuando se requirió (ver anexo 16); todo esto lo que refiere a la comunicación interna.

Dentro de las actividades externas se realizó el FESTIVAL DEL POLLO COLOMBIANO (ver anexo 17), durante el mes de febrero hasta marzo, organizado por FENAVI nacional, cuyo objetivo fue promocionar el pollo 100% colombiano, fresco y natural; con la idea de posicionar su sello, para que toda la población lo identificara y consumiera el producto del país. El festival hizo un recorrido por diferentes barrios y municipios de Santander, como Cañaveral, Floridablanca, Girón, Piedecuesta, centro de Bucaramanga y Concordia; a lo que se hizo

presente en los diferentes puntos en representación de la seccional, con el fin de tener control para que se desarrollara de la mejor manera dicha actividad. Como balance general, el festival tuvo una buena acogida y un buen recibimiento de todas las personas, además se evidenció que los consumidores empezaron a identificar y reconocer el sello colombiano. Se realizaron informes dirigidas a FENAVI nacional, al tiempo la elaboración de un registro informativo para el boletín (ver anexo 18).

Otra de las actividades fueron los talleres de gastronomía (ver anexo 19), que empezaron el 24 de Abril dirigidos a todas las personas interesadas en culinaria con el objetivo de promover el consumo de huevo y pollo. Se hizo una invitación por medio de volantes impresos repartidos en diferentes puntos de la ciudad de Bucaramanga. Se hizo el convenio con el Instituto Educativo Comfenalco utilizando sus instalaciones para los talleres, a la vez que sirvió de apoyo en la divulgación del proyecto; como otro medio de difusión se realizaron llamadas telefónicas conforme a una base de datos de años anteriores. Al terminar cada taller se aplicaron unas encuestas para medir la receptividad de las personas y tener un referente a futuro en el momento que se vuelvan a desarrollar los talleres. Después de cada taller se realizó un informe haciendo una evaluación con la Dirección Ejecutiva, y después un balance expuesto hacia la Junta Directiva de la seccional.

Durante todo el proceso de este proyecto se alcanzó a realizar un *“customer relationship management” CRM*, como estrategia de negocio; en captar, convencer y conservar los públicos de interés de la organización, lo que los mantuvo actualizados en los temas de su interés, primordialmente todo lo que refiere al sector avícola con el objetivo de optimizar la relación entre cliente/organización, promoviendo además una comunicación constante que abrió una interacción directa, donde lo más importante fue su opinión.

Una de los aspectos más importantes que se pueden recalcar en este Plan de Acción, fue la comunicación permanente con la Dirección Ejecutiva, con la cual se dio soporte de cada actividad realizada, lo que fue clave para el desarrollo del mismo, pues hubo una retroalimentación después de terminada cada actividad, lo que facilitó el éxito y los buenos resultados de este proceso.

6. CONCLUSIONES

En toda empresa u organización es indispensable que se defina el concepto de comunicación como el eje fundamental para llevar a cabo y cumplir con sus objetivos, su misión y su visión.

De acuerdo a la experiencia que se tuvo en FENAVI Santander durante seis meses, se pudo evidenciar la claridad que hay dentro de la organización del significado de la comunicación, donde se crearon buenas relaciones laborales, hubo un intercambio de opiniones y una participación activa de los integrantes de la misma, conllevando a que todos siguieran una misma línea y de esta manera se haya podido alcanzar las metas trazadas del Plan Operativo.

El trabajo en equipo es otro aspecto relevante que se demostró en FENAVI, pues es importante tener en cuenta en el momento de laborar en una empresa, de pensar colectivamente para un propósito común, lo que también facilitó un excelente ambiente laboral.

Se evidenció un modelo sinérgico, lo que refiere a la integración de todos los escenarios de la organización tanto interno como externo, dando una productividad a la misma y convirtiéndose en el hilo conductor que integra a sus funcionarios para que cumplan sus funciones particulares y de esta manera se construyan relaciones entre sus públicos, emitiendo mensajes efectivos que logren la imagen que la empresa desea reflejar.

Como se quería realizar un **PLAN OPERATIVO DEL USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE FENAVI SANTANDER**, fue importante tener conocimiento a qué tipo de público iban dirigidos los mensajes, para que fueran efectivos y diera como resultado una reciprocidad de los mismos. El medio de comunicación que más se utilizó fue el correo electrónico, ya que hay una cultura de los medios digitales lo que asegura la recepción del mensaje. Pero a pesar que todos los públicos a los que se dirige FENAVI Santander poseen un correo electrónico, hay que tener en cuenta en la capacidad que tiene cada uno o en el formato del mensaje que va a ser emitido, pues por problemas técnicos hubo ocasiones que no todos pudieron recibir algún mensaje.

Otro medio de comunicación que se utilizó fue el teléfono celular, como una forma más directa para comunicar, ya que se abre un diálogo con la otra persona propiciando una comunicación con mayor claridad. Las reuniones informales como dispositivo de comunicación efectiva sirvieron para compartir información; estas se llevaron a cabo una vez por semana, y fue una manera de mantener una comunicación constante con los afiliados como uno de los públicos a los que se dirige FENAVI. Esta experiencia además fue enriquecedora, pues se logró desarrollar más esas habilidades comunicativas que desde la Facultad de Comunicación Social se han inculcado; además de estar al día con temas de actualidad y del gremio avícola.

Se puede concluir que los objetivos fueron alcanzados, ya que se realizaron todas las actividades propuestas en el cronograma del Plan Operativo, cumpliendo de esta manera las necesidades de la organización. Hay que destacar que para el desarrollo de este trabajo en FENAVI Santander, fue indispensable la comunicación directa que se presentó constantemente con la Dirección Ejecutiva, la cual está representada como líder, que cumple con su labor de coordinar, desarrollar un plan de acción y así mismo delegar funciones de la forma más acertada.

7. RECOMENDACIONES

Como se mencionó anteriormente y teniendo en cuenta que el eje central de este trabajo de pasantía fue el uso de los medios de comunicación, es importante que los medios que se utilicen en la organización se hagan de forma efectiva, donde se asegure que todos a los que se quiere llegar puedan recibir los mensajes. Como el correo electrónico es el más utilizado, se recomienda estar actualizando permanentemente la base de datos, y se manejen formatos donde asegure que a todos los destinatarios les va a ser posible abrir el mensaje.

FENAVI Santander tiene un certamen anual, el cual está cobrando mayor importancia en el departamento y a nivel nacional, pero el conocimiento del mismo se centra más que todo en el sector avícola. Se sugiere que se fortalezcan más los medios masivos de comunicación si se quiere difundir a mayor escala y se desea llegar a más públicos. Como otra alternativa para mejorar cada año, se sugiere diseñar una evaluación dirigida a todos los asistentes, para que ellos mismos sean los que califiquen al terminar el evento.

Otro medio de comunicación que se utiliza en la seccional es la página web, la que se alimenta con frecuencia, pero a pesar de ello sus públicos objetivos no se enteran de los comunicados por este medio sino por otro, como el correo electrónico, las llamadas telefónicas o las reuniones informales. Se recomienda se pueda promover más el uso y la consulta de este sitio ya que puede ser otra forma para darse a conocer más fácil y los comunicados lleguen a sus públicos de interés de una forma más sencilla y segura.

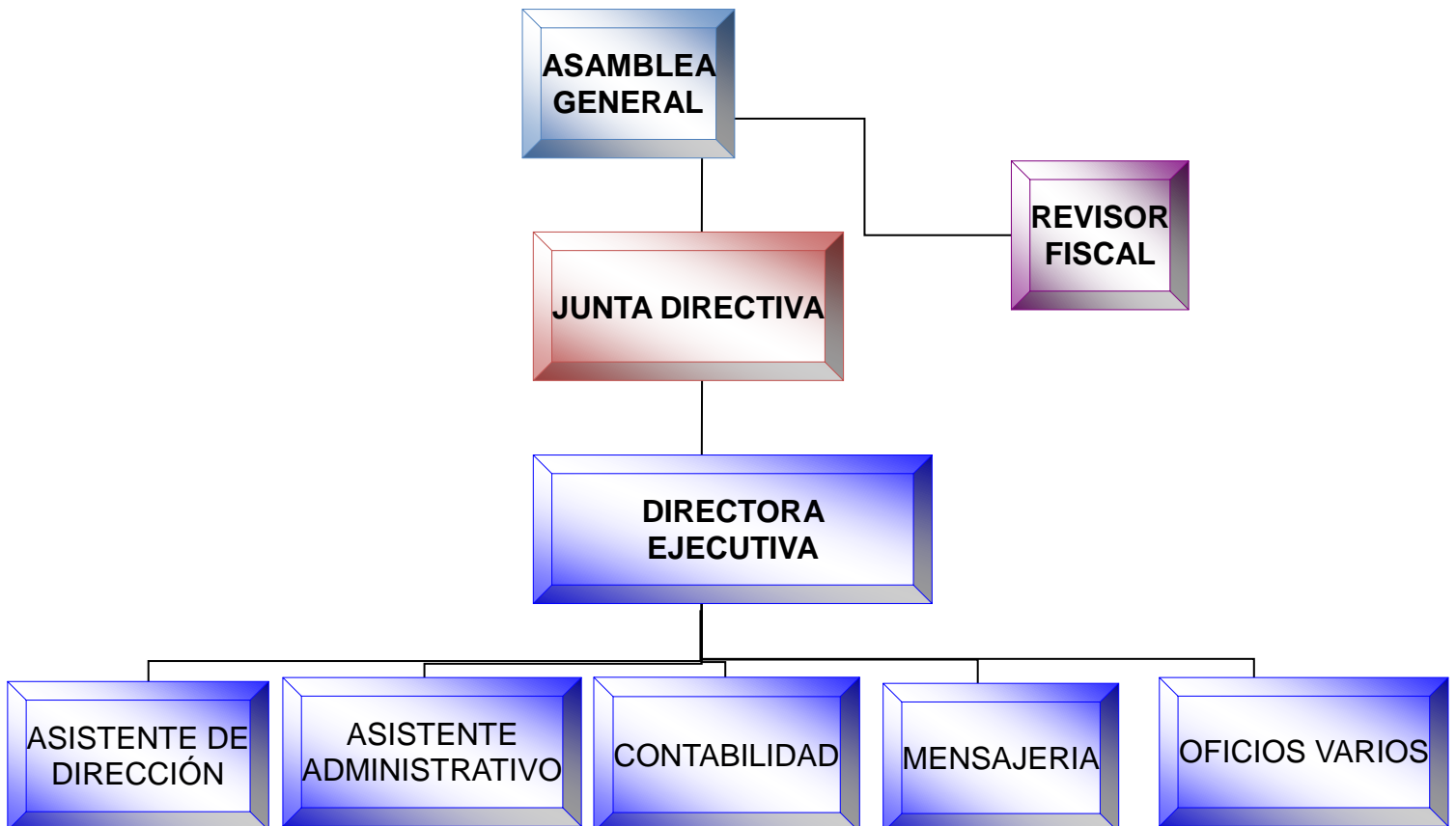
Teniendo en cuenta que el medio más efectivo en cualquier tipo de organización es el personalizado, se puede aprovechar al máximo las reuniones que se hacen semanalmente motivando a sus afiliados a la asistencia, para que se creen relaciones más cercanas entre organización y clientes, siendo estos su público interno. Así mismo promueve una interacción de ideas y opiniones, donde FENAVI Santander puede ofrecer cada día un mejor servicio.

8. BIBLIOGRAFÍA

- GUZMÁN DE REYES, Adriana Patricia. Comunicación Empresarial. Plan estratégico como herramienta gerencial. Bogotá. Ed. ECOE Ediciones. 2006.
- LIBAERT, Thierry. El Plan de Comunicación Organizacional: Cómo definir y organizar la estrategia de comunicación. México, DF. Ed. LIMUSA S.A. 2005.
- GARRIDO, Francisco Javier. Comunicación Estratégica: Las claves de la Comunicación Empresarial en el siglo XXI. Ed. Gestión 2000 S.A. Barcelona. 2001.
- LONDOÑO MOLINA, Luis Fernando. La Avicultura en Colombia. Ed.Elizabeth Meek Muñoz, Hugo Aldana Navarrete. Colombia, Bogotá. 2002.

ANEXOS

1. Organigrama de FENAVI SANTANDER

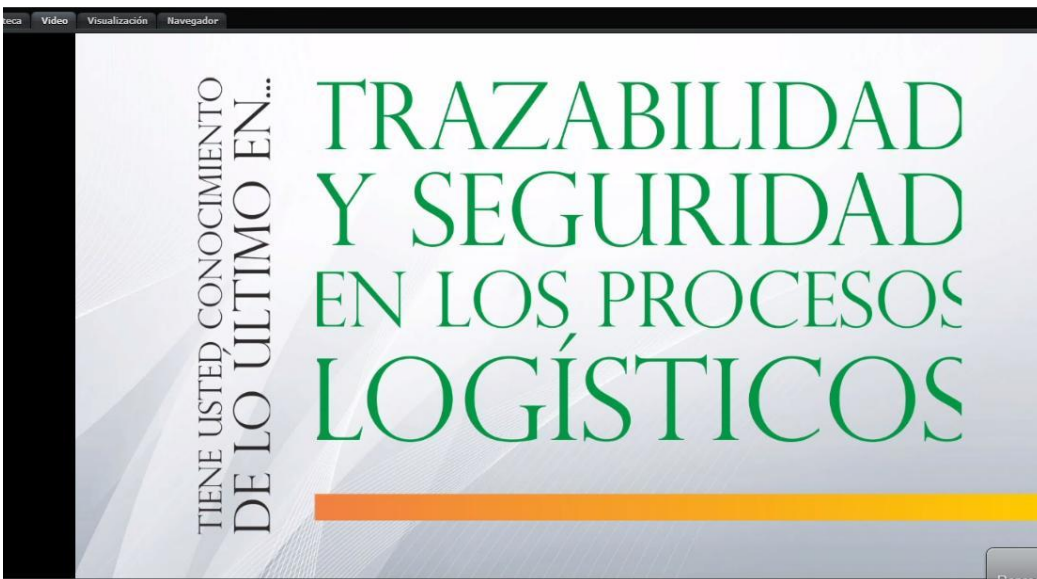


2. Nueva imagen del evento



3. Expectativas

Exp 1.




Exp 2.



Exp 3.

¿ QUE TANTO CONOCIMIENTO TIENE USTED ACERCA DE LA INFLUENZA AVIAR? ¿Y QUÉ PASÓ EN MÉXICO?

EL DOCTOR MIGUEL ÁNGEL J. MÁRQUEZ, MÉDICO VETERINARIO, ZOOTECNISTA MEXICANO DE PRÁCTICA PROFESIONAL, DESTACADO INTERNACIONALMENTE COMO CIENTÍFICO, ESCRITOR Y CONFERENCISTA EN LAS ÁREAS DE LA MEDICINA AVIAR Y EN LA HISTORIA DE LA MEDICINA; HABLARÁ DESDE SU CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA ACERCA DE LA INFLUENZA AVIAR.



SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN AVÍCOLA EN SANTANDER

LA INDUSTRIA AVÍCOLA SE DA CITA EN SANTANDER
MAYO 23 Y 24 DE 2013 CLUB CAMPESTRE

Exp 4.

NUESTRO X SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN AVÍCOLA EN SANTANDER PROGRAMA

JUEVES 23 DE MAYO

7:00 - 7:45 a.m.: Registro de participantes
7:45 - 8:00 a.m.: Instalación del evento

8:00 - 9:00 a.m.: **QUÉ LE ESPERA A LA INDUSTRIA AVÍCOLA COLOMBIANA**
Dr. Andrés Mercado Zapata - Presidente Ejecutivo FENAVI

9:00 - 10:15 am: **IMPACTO Y CONTROL DE LA INFLUENZA AVIARIA. QUÉ SUCEDIÓ EN MÉXICO**
Dr. Miguel Ángel J. Márquez - Experto Internacional

10:15 - 11:00 am: **Coffee Break**

11:00 - 12:30 am: **INVASIÓN CHILENA... FALABELLA, LA POLAR, RIPLEY, CENTRO COMERCIAL CARACOLÍ, PROXIMAMENTE JUMBO... PRODUCTOS AVÍCOLAS CHILENAS EN GÓNDOLAS COLOMBIANAS QUÉ ES LO QUE HACE TAN ÉXITOSO A CHILE**
Dr. José Palma Toggie - Presidente Cámara Colombo Chilena

12:30 - 2:00 p.m.: **Almuerzo**

2:00 - 4:00 p.m.: **PANEL IMPORTANCIA DE LA NOTIFICACIÓN PARA ALCANZAR UN STATUS STATUS SANITARIO QUE GENERE COMPETITIVIDAD PARA LA INDUSTRIA AVÍCOLA NACIONAL**
Intervienen:
- Dr. Francisco Javier Oserio - Director Técnico Nacional de Vigilancia Epidemiológica KRA
- Dr. Miguel Ángel J. Márquez MVZ, Experto Internacional
- Dr. Gilberto Botero Hoyos - Director Científico Avicultura MRC POLLO

X SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN AVÍCOLA EN SANTANDER

4:00 - 5:00 p.m.: **Coffee Break**

5:00 - 6:30 p.m.: **TENDENCIAS EN EL MERCADO MUNDIAL DE GRANOS. COMPORTAMIENTOS FUTUROS**
Dr. Alvaro González - Graneleros de Chile

6:30 p.m.: **COCTEL Y MUCHO MÁS....**

VIERNES 24 DE MAYO:

8:00 - 9:00 a.m.: **ASPECTOS RELEVANTES PARA LA TOMA DE DECISIONES Y USO ADECUADO DE LAS VACUNAS AUTORIZADAS EN COLOMBIA PARA LA LARINGOTRAQUEITIS INFECCIOSA AVIARIA - LOS EXPERTOS OPINAN**

9:00 - 10:00 a.m.: **TRAZABILIDAD Y SEGURIDAD EN LOS PROCESOS LOGÍSTICOS**
Dr. Jesús Eduardo Moreno Palaez Business Alliance For Secure Commerce BIFSC

10:00 - 10:45 a.m.: **Coffee Break**

10:45 - 11:30 a.m.: **GESTIÓN INTEGRAL DEL RECURSO HÍDRICO. QUÉ HAY Y QUÉ VIENE**
Ministerio del Medio Ambiente

11:30 - 12:30 a.m.: **CASO ÉXITOSO EMPRESARIAL: PRODUCTOS RAMO S.A., TODA UNA TRADICIÓN.**
Dra. Isabel Pérez Alcantara - Elegida como una de las mujeres más influyentes de mercadeo en Colombia. Marzo 2011. Premio Top 10 como mejor ejecutiva de mercadeo en el año 2012

12:30 - 2:00 p.m.: **Almuerzo - CLAUSURA**

¡LA INDUSTRIA AVÍCOLA SE DA CITA EN SANTANDER!!!

Exp. 5

X SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN AVÍCOLA EN SANTANDER

PRODUCTOS RAMO S.A. ¡TODA UNA TRADICIÓN!

DRA. ISABEL PÉREZ ALCANTARA
Gerente de Mercadeo

CATALOGADA COMO UNA DE LAS MUJERES MÁS INFLUYENTES DE MERCADEO EN COLOMBIA. MARZO 2011

PREMIO TOP 10 COMO MEJOR EJECUTIVA DE MERCADEO EN EL AÑO 2012

**LA INDUSTRIA AVÍCOLA SE DA CITA EN SANTANDER
MAYO 23 Y 24 DE 2013 CLUB CAMPESTRE**

. Exp 6.



SEMINARIO
DE ACTUALIZACIÓN
AVÍCOLA
EN SANTANDER

**“TENDENCIAS EN EL MERCADO
MUNDIAL DE GRANOS”**

DR. ALVARO GONZÁLEZ - GRANELES DE CHILE

Crecimiento económico Global **Factores Macroeconómicos**

Situación del mercadeo de commodities

Proyecciones y Escenarios de la cosecha Americana

Freno en la rata de crecimiento de la China

Factores Microeconómicos **Inventarios** **Producción y Demanda**

**LA INDUSTRIA AVÍCOLA SE DA CITA EN SANTANDER
MAYO 23 Y 24 CLUB CAMPESTRE**

Exp 7.



SEMINARIO
DE ACTUALIZACIÓN
AVÍCOLA
EN SANTANDER

**HOY SE CIERRAN
INSCRIPCIONES PRIMERA
FECHA 30 DE ABRIL**

**¿USTED NO DEBE FALTAR!!!
¿YA SE INSCRIBIÓ?**

LA INDUSTRIA AVÍCOLA SE DA CITA EN SANTANDER
MAYO 23 Y 24 DE 2013 CLUB CAMPESTRE

Exp 8.



SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN AVÍCOLA EN SANTANDER

PRESENCIA CHILENA....

FALABELLA LA POLAR RIPLEY CENTRO COMERCIAL CARACOLI

PRÓXIMAMENTE JUMBO...

PRODUCTOS AVÍCOLAS CHILENOS EN GÓNDOLAS COLOMBIANAS

¿ QUÉ ES LO QUE HACE TAN EXITOSO A CHILE Y TAN ATRACTIVO A COLOMBIA?

DR. ANDRÉS FERNANDO MELÉNDEZ ANZOLA.
Gerente Nacional de Compras de Falabella

LA INDUSTRIA AVÍCOLA SE DA CITA EN SANTANDER
MAYO 23 Y 24 DE 2013 CLUB CAMPESTRE

Exp 9.



PANEL

IMPORTANCIA DE LA NOTIFICACIÓN PARA ALCANZAR UN STATUS SANITARIO QUE GENERE COMPETITIVIDAD PARA LA INDUSTRIA AVÍCOLA NACIONAL

 **DR. MIGUEL ANGEL J. MARQUEZ**
MVZ, EXPERTO INTERNACIONAL

 **DR. LEONARDO COTAMO LÓPEZ**
DIRECTOR REPRODUCTORAS AVIDESA MAC POLLO

 **DR. FRANCISCO JAVIER OSORIO MARTÍNEZ**
DIRECTOR TÉCNICO NACIONAL DE VIGILANCIA EPIDEMIOLÓGICA - ICA

Exp 10.

FALTAN 2 DÍAS

ERES PARTE DE NUESTRO EVENTO



SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN AVÍCOLA EN SANTANDER

La industria avícola se da cita en Santander mayo 23 y 24 de 2013 club campestre


10 años contribuyendo en la formación, capacitación e integración de la Industria Avícola Colombiana

NO TE PUEDES PERDER ESTA GRAN OPORTUNIDAD

Estamos seguros que será de tu total agrado encontrarás innovación, expositores nacionales e internacionales, actividades sociales...

compartiremos entre amigos

Exp 11.



SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN AVÍCOLA EN SANTANDER

!!!SE APROXIMA LA FECHA!!!

LA INDUSTRIA AVÍCOLA SE DA CITA EN SANTANDER MAYO 23 Y 24 DE 2013 CLUB CAMPESTRE

...y Afortunadamente usted ya está inscrito

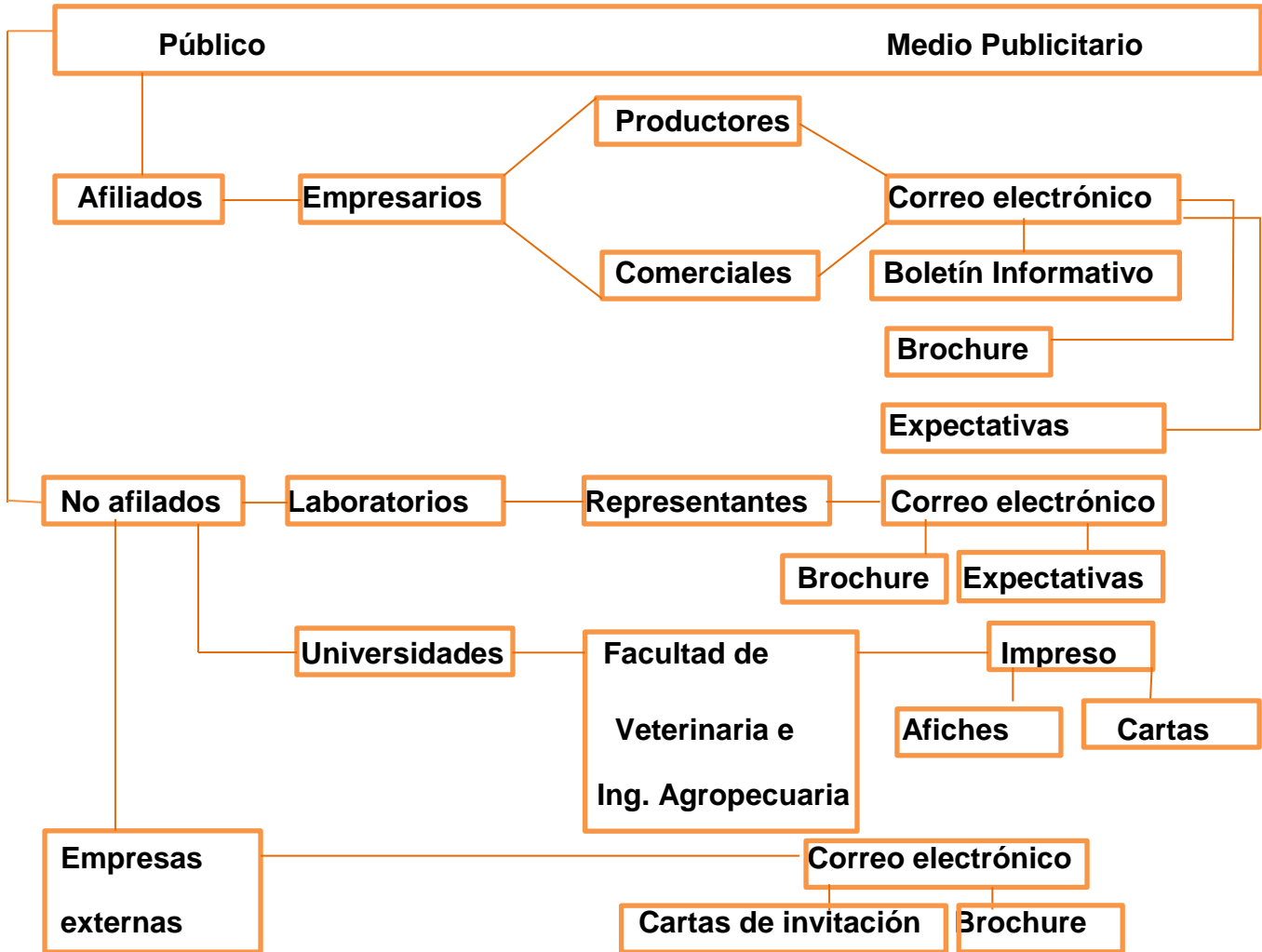
Su presencia engalana esta actividad que cumple 10 años contribuyendo al desarrollo de la Industria Avícola Colombiana.

DESDE YA LE DAMOS LA BIENVENIDA

Sientase como en casa:
porque el que pisa tierra santandereana es
SANTANDEREANO

Anexo 4: Mapa de públicos

Mapa de públicos



Anexo 5: Cartas de invitación
Cartas dirigidas a empresas externas



Apreciados Señores:

Reciban un cordial y atento saludo.

FENAVI SANTANDER, tiene el gusto de invitarlos a participar en el X SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN AVÍCOLA EN SANTANDER, evento que se llevará a cabo los días 23 y 24 de mayo del presente año en las instalaciones del Club Campestre.

El X SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN AVÍCOLA EN SANTANDER, está dirigido a Presidentes de Compañías, Gerentes Generales, Gerentes Comerciales, Directores de Mercadeo, Médicos Veterinarios, Zootecnistas e Instituciones afines del Sector Avícola.

Es un evento que está posicionado a nivel nacional con un enfoque internacional; está abierto para que participen todas aquellas compañías que deseen dar a conocerse más como empresa, producto o servicio de una forma más directa y personal con un determinado público. Es una oportunidad para lograr desarrollar contactos efectivos y cierre de negocios.

Si desea tener más información de cómo vincularse y conocer las opciones de vinculación, favor consultar BROCHURE en archivo adjunto, o bien puede comunicarse al correo electrónico asidireccionsantander@fenavi.org ó a las líneas telefónicas 6452216 - 6350368 - 3202717375.

Esperamos contar con su valiosa presencia en nuestro evento.

**LA INDUSTRIA AVÍCOLA SE DA CITA EN SANTANDER
CLUB CAMPESTRE MAYO 23 Y 24 DE 2013**

Cartas dirigidas a Universidades:



Señor Dr:

ERNESTO OLAVE ARIZA

FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS DE AQUINO

DECANO

FLORIDABLANCA

Apreciado Doctor:

Reciba un cordial y atento saludo.

FENAVI SANTANDER tiene el gusto de invitarlo al X SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN AVÍCOLA EN SANTANDER, evento que se llevará a cabo los días 23 y 24 de Mayo en las instalaciones del Club Campestre.

Este es un evento que está posicionado a nivel nacional con un enfoque internacional. Durante estos diez años ha tenido una excelente participación y acogida por toda la Industria Avícola del país. Es un espacio que le brinda actualizarse en los avances del sector avícola, donde se desarrollan temas empresariales y sanitarios.

Durante el Seminario se desarrollarán las siguientes temáticas:

- ¿ Qué está pasando con la influenza aviar ? ¿Cuál es su ruta crítica? ¿Está preparado nuestro país?
- Diagnóstico de la Industria Avícola Colombiana.
- Trazabilidad y seguridad en los precios logísticos.
- Toma de decisiones y uso adecuado de vacunas autorizadas para la laringotraqueitis infecciosa aviar.
- Arquitectura organizacional en el marco de las compañías avícolas.
- Impacto de la notificación de enfermedades en el status sanitario.
- ¿ Cómo ha impactado el TLC en la Industria Nacional?
- Política nacional del recurso hídrico: ¿ Qué hay y qué viene?

Valor de inscripción: Hasta el 30 de Abril: \$245.00. Estudiantes: \$ 200.000


Hasta el 17 de Mayo y cierre de inscripciones: \$ 255.000. Estudiantes: \$215.000

Agradecemos en lo posible la divulgación de esta información a sus contactos interesados. Para mayores informes puede contactarse al correo electrónico santander@fenavi.org, asistentesantander@fenavi.org, asisdireccionsantander@fenavi.org ó a las líneas telefónicas 6452216, 6350368, 3202717375.

Esperamos contar con su valiosa presencia.

LA INDUSTRIA AVÍCOLA SE DA CITA EN SANTANDER
CLUB CAMPESTRE MAYO 23 Y 24 DE 2013

Anexo 6: Arte de afiches para universidades



**SEMINARIO
DE ACTUALIZACIÓN
AVÍCOLA
EN SANTANDER**

**LA INDUSTRIA AVÍCOLA
SE DA CITA EN SANTANDER
MAYO 23 Y 24 CLUB CAMPESTRE**

SE HACE UNA ESPECIAL INVITACIÓN A TODOS LOS INTERESADOS QUE DESEEN ACTUALIZARSE EN TEMAS DE LA AVICULTURA TANTO EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL COMO SANITARIO.

LAS TEMÁTICAS A DESARROLLAR SERÁN LAS SIGUIENTES:

- ¿QUÉ ESTÁ PASANDO CON LA INFLUENZA AVIAR? ¿CUÁL ES SU RUTA CRÍTICA? ¿ESTÁ PREPARADO NUESTRO PAÍS?
- DIAGNÓSTICO DE LA INDUSTRIA AVÍCOLA COLOMBIANA
- TRAZABILIDAD Y SEGURIDAD EN LOS PROCESOS LOGÍSTICOS
- TOMA DE DECISIONES Y USO ADECUADO DE VACUNAS AUTORIZADAS PARA LA LARINGOTRAQUEITIS INFECCIOSA AVIAR
- ARQUITECTURA ORGANIZACIONAL EN EL MARCO DE LAS COMPAÑÍAS AVÍCOLAS
- IMPACTO DE LA NOTIFICACIÓN DE ENFERMEDADES EN EL STATUS SANITARIO
- ¿CÓMO HA IMPACTADO EL TLC EN LA INDUSTRIA NACIONAL?
- POLÍTICA NACIONAL DEL RECURSO HÍDRICO: ¿QUÉ HAY Y QUÉ VIENE?

INSCRIPCIONES:

**PRIMERA FECHA:
HASTA EL 30 DE ABRIL:
\$200.000**

**SEGUNDA FECHA:
HASTA EL 17 DE MAYO Y CIERRE
DE INSCRIPCIONES:
\$215.000**

INFORMES:

CORREO ELECTRÓNICO:
SANTANDER@FENAVI.ORG
ASISTENTESANTANDER@FENAVI.ORG
ASIDIRECCIONSANTANDER@FENAVI.ORG
TELÉFONOS:
6452216 - 6350368 - 3202717375

Anexo 7: Diseño de Brochure y arte para cada patrocinio



**SEMINARIO
DE ACTUALIZACIÓN
AVÍCOLA
EN SANTANDER**

LA INDUSTRIA AVÍCOLA SE DA CITA EN SANTANDER
MAYO 23 Y 24 DE 2013 CLUB CAMPESTRE



¿POR QUÉ VINCULARSE?

EL X SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN AVÍCOLA EN SANTANDER AÑO TRAS AÑO HA TENIDO UNA EXCELENTE PARTICIPACIÓN Y ACOGIDA POR TODA LA INDUSTRIA AVÍCOLA DEL PAÍS, LOGRANDO ASÍ UN RECONOCIMIENTO Y POSICIONAMIENTO A NIVEL NACIONAL. ES UN ESPACIO QUE ADEMÁS DE ACTUALIZARLO EN LOS AVANCES DE LA INDUSTRIA AVÍCOLA, LE PERMITE DAR A CONOCER MÁS SU EMPRESA, PRODUCTO O SERVICIO DE UNA FORMA MÁS DIRECTA Y PERSONAL CON UN DETERMINADO PÚBLICO. ES UNA OPORTUNIDAD PARA LOGRAR DESARROLLAR CONTACTOS EFECTIVOS Y CIERRE DE NEGOCIOS.



¿POR QUÉ ASISTIR?

ESTE EVENTO POSICIONADO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL LE BRINDA LA OPORTUNIDAD DE ACTUALIZARSE CON UNA AMPLIA INFORMACIÓN EMPRESARIAL, TÉCNICA, SANITARIA Y TODO LO QUE COMPETE AL SECTOR AVÍCOLA; EN UN ESCENARIO QUE LO LLEVA A INTERACTUAR DE FORMA MÁS PERSONALIZADA CON LOS PRINCIPALES PROTAGONISTAS DE LA INDUSTRIA, LÍDERES EMPRESARIALES, PROFESIONALES DEL SECTOR Y CON EXPERTOS NACIONALES E INTERNACIONALES.



ESTE EVENTO ESTÁ DIRIGIDO A:

- ✦ PRESIDENTES DE LAS COMPAÑÍAS
- ✦ GERENTES COMERCIALES O DE MERCADEO
- ✦ ZOOTECNISTAS
- ✦ INSTITUCIONES AFINES
- ✦ INTERESADOS EN GENERAL
- ✦ GERENTES GENERALES
- ✦ MÉDICOS VETERINARIOS
- ✦ UNIVERSIDADES
- ✦ DIRECTORES TÉCNICOS



STAND EN MUESTRA COMERCIAL



VALOR: 2.000.000 (2X3 MTS)
VALOR: \$2.500.000 (3X3 MTS)

- ✦ ESPACIOS DE 2X3 MTS Y DE 3X3 MTS
- ✦ TIENE EXCLUSIVIDAD EN UTILIZAR Y DISTRIBUIR ESTA ÁREA PARA PRESENTAR INFORMACIÓN, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE SU EMPRESA.
- ✦ INCLUYE: PANELES DIVISORIOS, MESA Y 2 SILLAS, PANTALLA LCD.
- ✦ PENDÓN EN EL AUDITORIO.
- ✦ PARA CADA EXPOSITOR: ACREDITACIÓN, REFRIGERIOS Y ALMUERZOS.
- ✦ ESTE PATROCINIO INCLUYE INSCRIPCIÓN.
- ✦ CRÉDITOS PERMANENTEMENTE EN PANTALLA UBICADA A LA ENTRADA DEL AUDITORIO.



VALOR: \$1'000.000=

PENDÓN

- CON ESTE PATROCINIO USTED TIENE DERECHO A TENER UBICADO UN PENDÓN DURANTE TODO EL SEMINARIO EN LOS COSTADOS DEL AUDITORIO, DONDE SE REALIZARÁN LAS CONFERENCIAS,
- TAMAÑO 1.80 CMS X 1.20 CMS IMPRESO A FULL COLOR EN LONA BANNER.
- ESTE SERÁ DISEÑADO, IMPRESO Y SUMINISTRADO POR FENAVI SANTANDER.
- CRÉDITOS PERMANENTEMENTE EN PANTALLA UBICADA A LA ENTRADA DEL AUDITORIO.



VALOR: \$1'000.000=

HABLADORES

- CON ESTE PATROCINIO USTED TIENE DERECHO A LA UBICACIÓN DE PENDONES DE SU EMPRESA DESDE LA PORTERÍA HASTA LA ENTRADA PRINCIPAL DEL CLUB.
- TAMAÑO 1.80 CMS X 1.20 CMS IMPRESO A FULL COLOR EN LONA BANNER.
- ESTE SERÁ DISEÑADO, IMPRESO Y SUMINISTRADO POR FENAVI SANTANDER.
- CRÉDITOS PERMANENTEMENTE EN PANTALLA UBICADA A LA ENTRADA DEL AUDITORIO.





VALOR: \$2.000.000=

PANTALLA DE BIENVENIDA

- CON ESTE PATROCINIO USTED TIENE EXCLUSIVIDAD EN UBICAR UN PENDÓN DURANTE TODO EL SEMINARIO, EN LA PARTE SUPERIOR DE LA PUERTA PRINCIPAL DEL CLUB, POR DONDE TODOS LOS PARTICIPANTES HARÁN EL INGRESO.
- FULL COLOR EN LONA BANNER.
- ESTE SERÁ DISEÑADO, IMPRESO Y SUMINISTRADO POR FENAVI SANTANDER.
- CRÉDITOS PERMANENTEMENTE EN PANTALLA UBICADA A LA ENTRADA DEL AUDITORIO.



VALOR: \$2.000.000=

HUELLAS Y TAPETE

- CON ESTE PATROCINIO TIENE EXCLUSIVIDAD PARA UBICAR EN CADA UNA LAS HUELLAS EL LOGOTIPO DE SU EMPRESA, QUE SEGUIRÁN EL CAMINO DESDE LA ENTRADA DEL CLUB HASTA LA ENTRADA DEL SALÓN DONDE SE REALIZARÁN LAS CONFERENCIAS.
- EN LA ENTRADA HABRÁ UN TAPETE DE BIENVENIDA CON EL LOGOTIPO DE SU EMPRESA.
- CRÉDITOS PERMANENTEMENTE EN PANTALLA UBICADA A LA ENTRADA DEL AUDITORIO.



VALOR: \$3.500.000=

BASTIDORES

CON ESTE PATROCINIO USTED TIENE EXCLUSIVIDAD EN UBICAR SU PUBLICIDAD EN CADA EXTREMO DE LA PANTALLA DE PROYECCIÓN MÚLTIPLE, DURANTE TODO EL SEMINARIO.

MEDIDAS:

PANEL A: 2,5 MTS ANCHO X 2,65 MTS ALTO

PANEL B: 2,5 MTS ANCHO X 2,65 MTS ALTO

CRÉDITOS PERMANENTEMENTE EN PANTALLA UBICADA A LA ENTRADA DEL AUDITORIO.



VALOR: 3.000.000=

FORROS SILLAS

CON ESTE PATROCINIO LA IMAGEN DE SU EMPRESA ESTARÁ EN CADA UNA DE LAS SILLAS DEL AUDITORIO DONDE SE DESARROLLARÁ LA AGENDA ACADÉMICA.

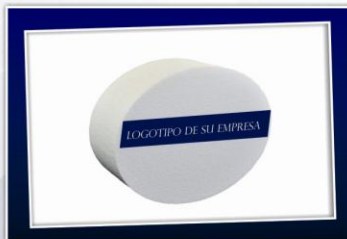
CRÉDITOS PERMANENTEMENTE EN PANTALLA UBICADA A LA ENTRADA DEL AUDITORIO.



VALOR: \$5.000.000=

ALMUERZO

- ✓ CON ESTE PATROCINIO TIENE EXCLUSIVIDAD EN UBICAR EL LOGOTIPO DE SU EMPRESA EN:
- ✓ CADA UNA DE LAS SILLAS
- ✓ INDIVIDUALES CON MENÚ IMPRESO
- ✓ PENDONES EN EL ÁREA
- ✓ UN PENDÓN EN EL AUDITORIO DURANTE TODO EL SEMINARIO
- ✓ 3 INSCRIPCIONES.
- ✓ CRÉDITOS PERMANENTEMENTE EN PANTALLA UBICADA A LA ENTRADA DEL AUDITORIO.



VALOR: \$1.000.000=

ESPACIO PARA DUMMIE

- ✓ TIENE EXCLUSIVIDAD EN UBICAR EL DUMMIE DE SU EMPRESA EN UN LUGAR ESTRATÉGICO DEL EVENTO.
- ✓ CRÉDITOS PERMANENTEMENTE EN PANTALLA UBICADA A LA ENTRADA DEL AUDITORIO.



VALOR: \$1.800.000=

BOLÍGRAFO

- ✦ BOLÍGRAFO CON TINTA GEL, CON MINA ADICIONAL. MEDIDA: 14 CM.
- ✦ COLORES: AZUL OSCURO, NEGRO Y SILVER OSCURO.
- ✦ TÉCNICA DE MARCA: TAMPOGRAFÍA.
- ✦ ÁREA DE MARCA TAPA: 3.5 CM ANCHO X 7 MM ALTO. (CON TINTA GEL ADICIONAL)
- ✦ ÁREA DE MARCA BARRIL: 4 CM ANCHO X 7 MM ALTO.
- ✦ LOGO | TINTA | CARA
- ✦ MARCADO EN LOGOTIPO DE SU EMPRESA
- ✦ CRÉDITOS PERMANENTEMENTE EN PANTALLA UBICADA A LA ENTRADA DEL AUDITORIO.



VALOR: \$1.500.000=

ESCARAPELAS

- ✦ CON ESTE PATROCINIO TIENE EXCLUSIVIDAD EN UBICAR LOGOTIPO DE SU EMPRESA EN CADA UNA DE LAS ESCARAPELAS QUE SON EL ÚNICO DOCUMENTO QUE ACREDITA A LOS PARTICIPANTES, EXPOSITORES, CONFERENCISTAS Y DEMÁS PERSONAL COMO ASISTENTES AL EVENTO.
- ✦ CRÉDITOS PERMANENTEMENTE EN PANTALLA UBICADA A LA ENTRADA DEL AUDITORIO.



VALOR: \$4.500.000=

PORTAFOLIO

- EN POLIURETANO Y POLIÉSTER, CIERRE CON BANDA ELÁSTICA, BOLSILLOS INTERNOS, PORTABOLÍGRAFOS Y BLOCK DE PAPEL.
- MEDIDAS: 32 CM LARGO X 24.5 CM ANCHO.
- COLORES: AZUL, ROJO Y GRIS.
- ÁREA DE MARCA: 2,5 CM DE ALTO.
- 1 LOGO 1 TINTA 1 CARA
- MARCADO LOGOTIPO TROQUELADO
- CRÉDITOS PERMANENTEMENTE EN PANTALLA UBICADA A LA ENTRADA DEL AUDITORIO.



VALOR: \$5.000.000=

RELOJ METAL MEMO

- TABLERO METÁLICO PARA ANOTACIONES, MARCADOR Y BORRADOR.
- MEDIDAS: 20 CM ALTO X 12 CM ANCHO.
- TÉCNICA DE MARCA: SCREEN.
- ÁREA DE MARCA: 12 CM.
- MARCADO EL LOGOTIPO DE SU EMPRESA EN LA PARTE INFERIOR IZQUIERDA.
- CRÉDITOS PERMANENTEMENTE EN PANTALLA UBICADA A LA ENTRADA DEL AUDITORIO.

ANTIBACTERIAL CON BOLÍGRAFO



VALOR: \$1.800.000=

- ✓ BOLÍGRAFO POR UN EXTREMO Y ANTIBACTERIAL POR EL OTRO.
- ✓ CAPACIDAD DE 5 ML. AMBOS CON TAPA.
- ✓ INCLUYE MINA ADICIONAL.
- ✓ REGISTRO INVIMA.
- ✓ MEDIDAS: 13 CM LARGO X 1,3 CM DIÁMETRO.
- ✓ TÉCNICA DE MARCA: TAMPOGRAFÍA.
- ✓ ÁREA DE MARCA: 3 CM LARGO X 1 CM ALTO.
- ✓ MARCADO CON LOGOTIPO DE SU EMPRESA
- ✓ CRÉDITOS PERMANENTEMENTE EN PANTALLA UBICADA A LA ENTRADA DEL AUDITORIO.

MUG CARABINERO



VALOR: \$3.000.000=

- ✓ MUG EN ACERO CON TAPA PLÁSTICA Y CARABINERO COMO OREJA.
- ✓ MEDIDAS: 8,4 CM ALTO X 6,9 CM DIÁMETRO.
- ✓ CAPACIDAD: 150 ML.
- ✓ TÉCNICA DE MARCA: TAMPOGRAFÍA / LÁSER.
- ✓ ÁREA DE MARCA:
 - 2 CM X 4 CM (TAMPOGRAFÍA)
 - 3 CM X 3 CM (LÁSER).
- ✓ 1 LOGO 1 TINTA 1 CARA
- ✓ CRÉDITOS PERMANENTEMENTE EN PANTALLA UBICADA A LA ENTRADA DEL AUDITORIO.



MEMO PAD TRULY



VALOR: \$2.200.000=

- ✎ BLOQUE DE 15 MULTICOLOR CON TAPAS DE CARTÓN.
- ✎ MEDIDAS: 7,5 X 7 X 3,5 CM
- ✎ ESTAMPADO EN LA PASTA CON LOGOTIPO DE SU EMPRESA.
- ✎ CRÉDITOS PERMANENTEMENTE EN PANTALLA UBICADA A LA ENTRADA DEL AUDITORIO.



MEMO PAD SPOT



VALOR: \$1.500.000=

- ✎ LIBRO DE 150 HOJAS BLANCAS DE 70G CON BANDERAS ADHESIVAS .
- ✎ TAPA DURA FORRADA CON PAPEL MATE Y MARCADO CON EL LOGOTIPO DE SU EMPRESA
- ✎ MEDIDAS: 8,3 X 8 X 2,5CM
- ✎ CRÉDITOS PERMANENTEMENTE EN PANTALLA UBICADA A LA ENTRADA DEL AUDITORIO.

CALCULADORA BOX



VALOR: \$ 4.000.000

- ESTUCHE BLOCK DE NOTAS CON CALCUDORA EN CARTÓN.
- INCLUYE 100 HOJAS DE 80 G
- TAPA PLEGABLE
- MEDIDAS:
15,5 X 12,5 X 2,2 CM
- MARCADO EN LA TAPA CON LOGOTIPO DE SU EMPRESA.
- CRÉDITOS PERMANENTEMENTE EN PANTALLA UBICADA A LA ENTRADA DEL AUDITORIO.

LONCHERA TÉRMICA



VALOR: \$ 2.500.000

- EXTERIOR EN POLIESTER E INTERIOR RECUBIERTO EN ALUMINIO. CAPACIDAD PARA 6 LATAS.
- AGARRADERA Y CREMALLERA.
- MEDIDAS:
15 CM ALTO X 19,5 CM ANCHO X 15 CM FONDO.
- MARCA DE LOGOTIPO DE SU EMPRESA EN LA PARTE INFERIOR DERECHO.
- CRÉDITOS PERMANENTEMENTE EN PANTALLA UBICADA EN LA ENTRADA DEL AUDITORIO.

ESTAS SON ALGUNAS DE SUS OPCIONES DE VINCULACIÓN

ESTAMOS PARA ATENDERLE:

SANTANDER@FENAVI.ORG

MARTHA RUTH VELÁSQUEZ Q.

ASISTENTESANTANDER@FENAVI.ORG

YAMILE LIZCANO PULIDO

ASISDIRECCIONSANTANDER@FENAVI.ORG

ANA MARÍA ORTIZ Q

TELÉFONOS DE CONTACTO:

6452216 - 6350368- 3202717375

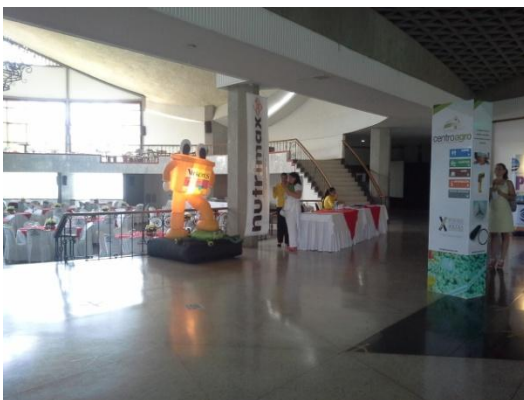
**LA INDUSTRIA AVÍCOLA SE DA CITA EN SANTANDER
BUCARAMANGA CLUB CAMPESTRE MAYO 23 Y 24 DE 2013**

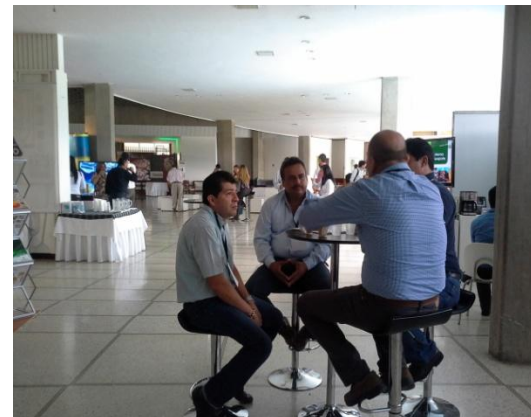
ORGANIZA:



FENAVI
Federación Nacional de Avicultores de Colombia
SECCIONAL SANTANDER

Anexo 8: Imágenes del evento









Anexo 9: Tarjeta de agradecimientos dirigida a patrocinadores

SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN AVÍCOLA EN SANTANDER

LA INDUSTRIA AVÍCOLA SE DIÓ CITA EN SANTANDER
BUCARAMANGA CLUB CAMPESTRE
MAYO 23 Y 24 DE 2015

A NUESTROS PATROCINADORES...

¡MIL Y MIL GRACIAS POR HABER SIDO PARTE DE NUESTRO EVENTO... SU APOYO Y DECIDIDA PARTICIPACIÓN CONTRIBUYERON AL ÉXITO DEL CERTAMEN

DESDE FENAVI SANTANDER CON NUESTRO APOYO Y SERVICIO ESPERAMOS RETRIBUIRLES SU VALIOSA COLABORACIÓN

Anexo 10: Correos de agradecimientos

Muy buen día Sr. Jose. Cordial saludo. Que gusto recibir un mensaje suyo. Me alegra mucho que hayan podido cumplir sus objetivos y hayamos podido llenar sus expectativas. Para mi fue un agrado poderlo atender y colaborarle en todo lo que pude, la idea era que se sintiera cómodo y satisfecho con nuestro servicio.

Muchas gracias por su mensaje y su apoyo, que buen detalle.

Ana María O.



Jose Said Contreras (coordinadorcomercial@promitec.com.co) [Agregar a contactos](#) [Acciones](#)

Para: Any Ortiz ✕

Ana Maria, que gusto saludarla;

Quiero agradecerle por toda la ayuda que me brindó, sin usted y su valiosa colaboración no hubiera sido posible lograr los objetivos que nos trazamos.

Cuente conmigo en lo que le pueda ayudar.

Un abrazo fuerte.

RV: A NUESTROS PATROCINADORES MIL GRACIAS



Yamile Lizcano 6/28/2013 Photos
To: ana.ortizq@hotmail.com

De: info [mailto:info@centroagro.com]
Enviado el: viernes, 31 de mayo de 2013 11:32 a.m.
Para: AsistenteSantander
Asunto: Re: A NUESTROS PATROCINADORES MIL GRACIAS

Gracias a ustedes por siempre tenernos en cuenta y apoyar nuestra labor!! Como siempre super satisfechos con el evento.

Cordial saludo,

Anexo 11: Encuestas



EVALUACIÓN X SEMINARIO AVÍCOLA

1. Marque la calidad de las siguientes afirmaciones siendo 1 Muy Malo, 2 Malo, 3 Regular, 4 Bueno y 5 Excelente.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| • Agenda académica | — | — | — | — | — |
| • Souvenirs (Portablock, bolígrafo, memopad) | — | — | — | — | — |
| • Conferencistas | — | — | — | — | — |
| • Calidad de alimentos | — | — | — | — | — |
| • Organización del evento | — | — | — | — | — |

2. El X Seminario de Actualización Avícola en Santander llenó sus expectativas?

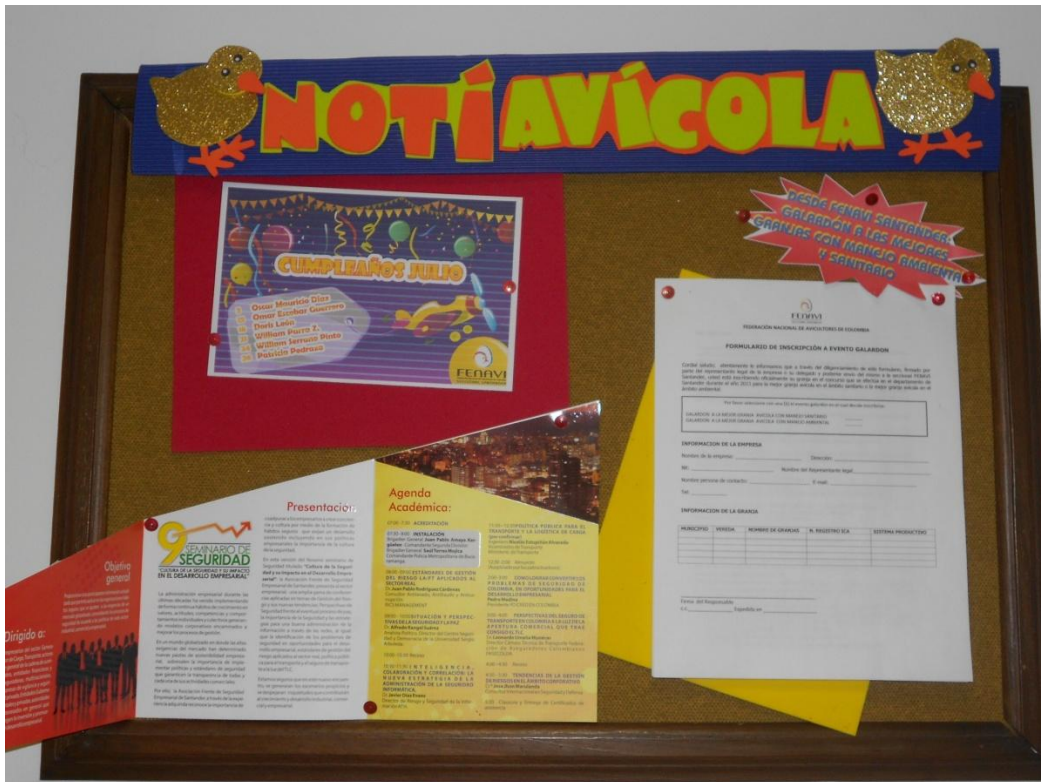
Si ___

No ___

3. ¿Cuál es su opinión del evento?

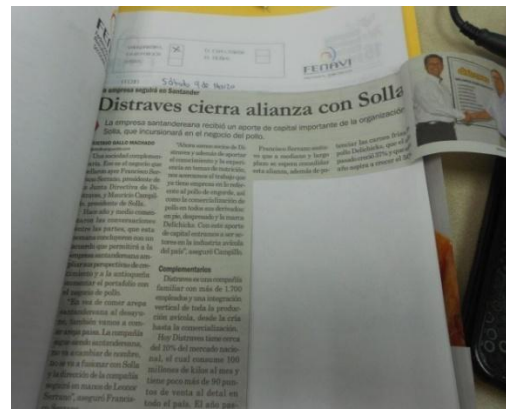
Anexo 12: Cartelera Institucional





Anexo 13: Archivo de prensa





Anexo 14: Comités. Presentaciones semanales



Enero

The image shows a screenshot of a PowerPoint presentation. The main slide is titled "INDICADORES ECONÓMICOS" in green, bold, uppercase letters. Below the title is the logo for "FENAVI SECCIONAL SANTANDER", which features a stylized bird or 'V' shape in yellow, red, and blue. At the bottom of the slide, the date "MARTES 29" is written in blue, bold, uppercase letters. To the right of the date is a graphic of three upward-pointing arrows in red, green, and blue. On the left side of the screenshot, a vertical sidebar shows five slide thumbnails, with the first one highlighted. The first thumbnail also displays the title "INDICADORES ECONÓMICOS" and the date "MARTES 29". A small "fppt.com" watermark is visible at the bottom left of the slide.

Febrero

Diapositivas Esquema X

1

FEBRERO

INDICADORES

MARTES 5



FEBRERO

INDICADORES

MARTES 5



Diapositivas Esquema X

2

FEBRERO

INDICADORES

MARTES 12



FEBRERO

INDICADORES

MARTES 12



Diapositivas Esquema X

3

FEBRERO

INDICADORES

MARTES 19



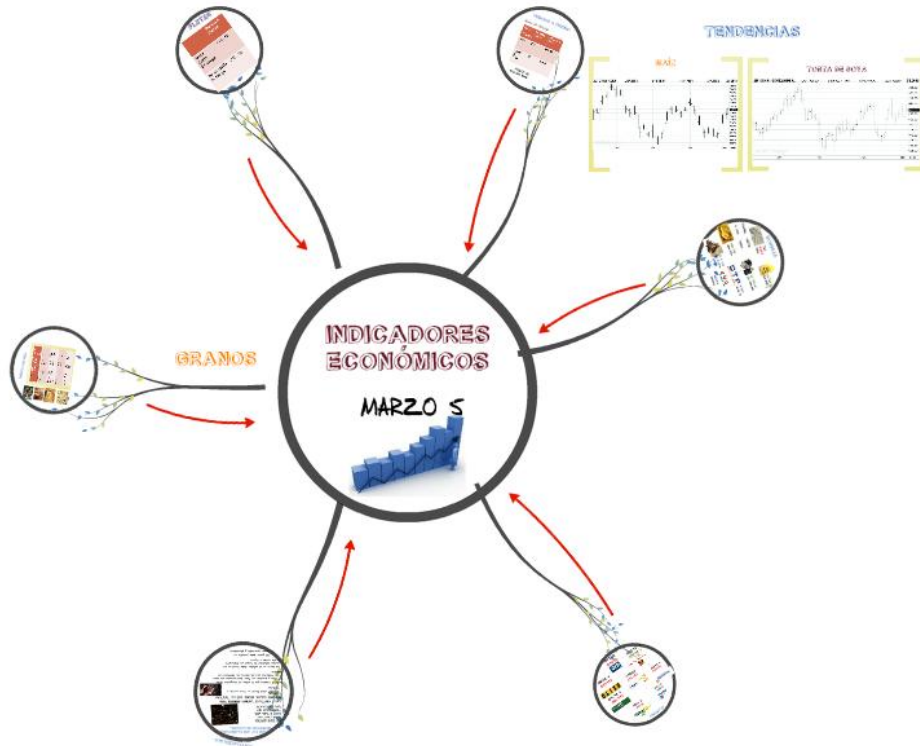
FEBRERO

INDICADORES

MARTES 19



Marzo



INDICADORES ECONÓMICOS

MARTES 18 DE MARZO

10 FORMAS DE DEJAR TENSIÓN ATRÁS

1. REGALESE UNAS VACACIONES: Descansar y hacer realidad sus sueños. Eléjase con los años vacaciones.
2. BLOQUEE UN "YOYER": Realice estas actividades que siempre le gustan hacer y conviértalas como un hobby. Deje de pensar.
3. ENAMÓRESE: Esta comprobado científicamente que amar y ser amados nos hace menos temerosos. Enamórese cada vez más de su pareja.
4. HAGÁ ALGO NUEVO TODOS LOS DÍAS: Deje la rutina.
5. PRACTIQUE EJERCICIO: Esta comprobado que las personas físicamente activas tienen menos índices de ansiedad que las sedentarias.
6. RESPÍRE BIEN: Respirar mal está directamente relacionado con la fatiga. Tómese 5 minutos, respire y relájese lentamente.
7. COMPRE UNA MASCOTA: Un estudio aplicado a conejitos de bebés en Nueva York, dijo como resultado que aquellos que vivían con mascotas tenían una presión sanguínea y una frecuencia cardíaca mucho mejores que los que no teníanlas.
8. APRENDA AL MENESTREAR: Un estudio realizado en Finlandia demostró que las personas que cocinan una vida más saludable tienen una menor propensión a estar ansiosos que las que no lo hacen.
9. DUEÑEME BIEN: Tómese 5 minutos para relajarse antes de ir a dormir. Duerma en un lugar lo más silencioso posible, y oscuro.
10. PRACTIQUE YOGA: Tomando las ondas de pensamiento a los fluctuaciones de la mente, alejamos la causa del estrés.

Abril

INDICADORES ECONÓMICOS

MARTES 2 DE ABRIL

DATO CURIOSO
TELEFONIA MOVIL EN COLOMBIA

| | | | |
|----------|------------------|--------------------------|----------------------|
| Claro | \$ 25,52 Milones | iOS (iPhone, iPad, iPod) | 51.9 % participación |
| Novuscar | \$ 9,22 Milones | Android (cel. tabletas) | 48.1 % |
| Tigo | 54.7 millones | Black Berry | 10.8% |



INDICADORES ECONOMICOS

MARTES 23 DE ABRIL



Mayo

INDICADORES ECONÓMICOS

MARTES 7 de MAYO



INDICADORES ECONÓMICOS

MARTES 28 de MAYO

¡DATO CURIOSO!
RANKING DE LAS MEJORES PELÍCULAS DE LA HISTORIA

- 1. EL TITANIC - 1912. Director: James Cameron
- 2. LA VIDA ES BELLA - 1998. Director: Roberto Benigni
- 3. TITANIC - 1997. Director: James Cameron
- 4. LA NAVARRA - 1942. Director: Stanley Kubrick
- 5. LA LISTA DE SÉNTER - 1993. Director: Steven Spielberg
- 6. PSEFECTOS - 1994. Director: Quentin Tarantino
- 7. EL SEÑOR DE LOS ANILLOS - 2001. Director: Peter Jackson
- 8. CINE LA PAMPA - 1988. Director: Alejandro Portes
- 9. CIUDAD DE DIOS - 2009. Director: Fernando Meirelles, Kátia Lund
- 10. LO QUE EL VIENTO SE LLEVO - 1936. Director: Victor Fleming

Prezi

Junio

INDICADORES ECONOMICOS

MARTES 4 de JUNIO

¡DATO CURIOSO!
EL PAÍS CON MÁS VACACIONES

28 Días de vacaciones al año disfrutaron los trabajadores de **RUSIA**, según un sondeo de la página web **hotels.com**.

Prezi

INDICADORES ECONÓMICOS

MARTES 11 de JUNIO



DATO CURIOSO
TOP OF MIND DE LOS COLOMBIANOS

| | | |
|----|-------------------|-------|
| 1 | POSTICION | 10.0% |
| 2 | GRUPO BANCOLOMBI | 6.6% |
| 3 | COCA-COLA FEMSA | 5.4% |
| 4 | COLGATE-PALMOLIVE | 4.3% |
| 5 | BOPETROL SA | 4.2% |
| 6 | BAVARIA | 3.6% |
| 7 | GRUPO EXITO | 3.2% |
| 8 | GRUPO NUTRESA | 3.2% |
| 9 | JUAN VALDEZ | 3.1% |
| 10 | ALPHA SA | 3.1% |

Diapositivas Esquema

- 1 JUNIO INDICADORES MARTES 11
- 2 EL PUERTO PUERTO RICO INDICADORES
- 3 PLAZA
- 4 PRODUCTO A FUTURO



JUNIO

INDICADORES

MARTES 11



INDICADORES ECONÓMICOS
JUNIO 25

| BOLEA DE VIAJES - CHICAGO | | | | | | |
|---------------------------|-------|--------|--------|--------|-------|-------|
| | JUN 4 | JUN 11 | JUN 18 | JUN 25 | JUL 2 | JUL 9 |
| W02 | 280.2 | 279.4 | 284.8 | 285.6 | 285.5 | 286.7 |
| S02 | 471.7 | 518.8 | 561.8 | 498.8 | 505.3 | 581.8 |

| | JUN 4 | JUN 11 | JUN 18 | JUN 25 |
|----------------------------|--------|--------|--------|--------|
| AVIATA MARIÁ - BOZ/CHICAGO | 878.75 | 873.38 | 878.75 | 878.75 |
| SABERAVIAZAR - BOZ/CHICAGO | 887.00 | 888.00 | 888.00 | 881.00 |

| | JUNIO 4 | JUNIO 11 | JUNIO 18 | JUNIO 25 |
|-------|---------|---------------|---------------|----------|
| SOJA | \$4.00 | \$4.15 - 4.00 | \$4.20 - 4.00 | \$4.25 |
| TRIGO | \$1.60 | \$1.50 - 1.50 | \$1.50 - 1.50 | \$1.50 |
| MAÍZ | \$1.70 | \$1.60 - 1.60 | \$1.60 - 1.60 | \$1.60 |
| ARROZ | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 |

INDICADORES

ACCIONES

TIRAMISÚ

Historia

No existe una receta única, sino varias a partir de ingredientes básicos. (Huevo, azúcar, café, cacao en polvo)

Origen: Este del Norte de Italia. Veneto, Venecia

Tempo: A finales del S. XVII

Traducción: "mi tira su" (endárame o sentido metafórico "hazme feliz")

Componentes fortificadores y energéticos, además sus propiedades afrodisíacas.

JUNIO MARTES 25

Julio

INDICADORES ECONÓMICOS
JULIO 2

| BOLEA DE VIAJES - CHICAGO | | | | | | |
|---------------------------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|
| | JUN 25 | JUL 2 | JUL 9 | JUL 16 | JUL 23 | JUL 30 |
| W02 | 489.2 | 488.8 | 477.75 | 504.5 | | |
| S02 | 961.2 | 919.8 | 881.8 | | | |

| | JULIO 2 |
|----------------------------|---------|
| AVIATA MARIÁ - BOZ/CHICAGO | 878.75 |
| SABERAVIAZAR - BOZ/CHICAGO | 887.00 |

| | JUNIO 25 | JULIO 2 |
|-------|----------|---------|
| SOJA | \$4.25 | \$4.30 |
| TRIGO | \$1.50 | \$1.50 |
| MAÍZ | \$1.70 | \$1.70 |
| ARROZ | \$ 5.00 | \$ 5.00 |

INDICADORES

ACCIONES

DATO CURIOSO

Nico de 28 años estudió matemáticas y ciencias de la computación en la universidad, pero se dedicó a hacer tiramisú para ganar dinero.

El tiramisú es un postre italiano que se hizo famoso gracias a la televisión.

El tiramisú es un postre italiano que se hizo famoso gracias a la televisión.

JULIO MARTES 2

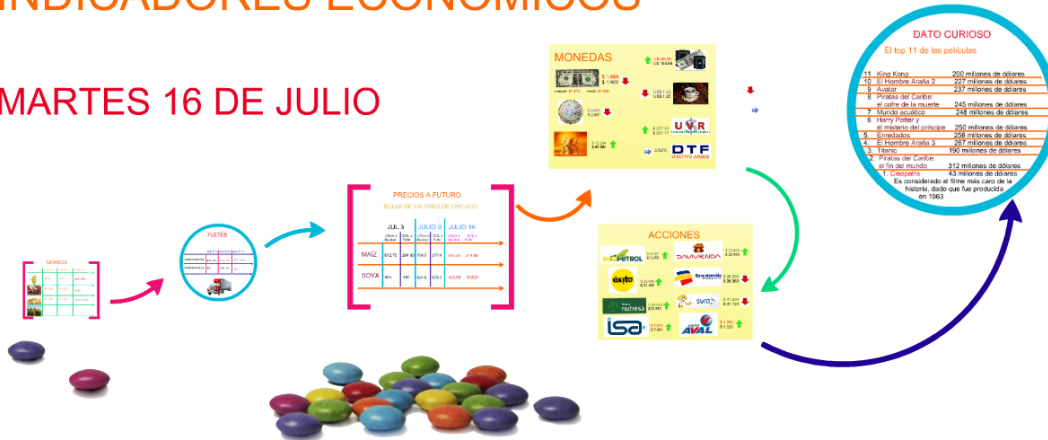
INDICADORES ECONÓMICOS

MARTES 9 DE JULIO



INDICADORES ECONÓMICOS

MARTES 16 DE JULIO



FENAVI :: SECCIONAL SANTANDER



FENAVI DENUNCIA POLLO IMPORTADO DE EU

"La mejor manera de evitar un posible problema de salud en la familia, es adquirir marcas santandereanas y colombianas reconocidas" Martha Ruth Velásquez Q. Directora Ejecutiva FENAVI SANTANDER



FENAVI :: SECCIONAL SANTANDER

VÍAS DE ACCESO A LA CIUDAD ESTÁN "AGUANTANDO"



FENAVI :: SECCIONAL SANTANDER



PROCESO DE ALMACENAMIENTO DE POLLINAZA EN CONO

Esta información es suministrada por la empresa QUINSAGRO S.C.A gerenciada por JORGE ALBERTO QUINTERO SERRANO.



FENAVI :: SECCIONAL SANTANDER

Presencia de las toxinas T-2 y HT-2 en los cereales y los productos a base de cereales, Recomendaciones de la Unión Europea



Seminarios:

Seminario de Contabilidad

DIPLOMADO SOBRE NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA

FENAVI - FONAV con el fin de brindar herramientas con relación a la implementación de las normas internacionales, proyecta realizar un convenio con la **UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA**, buscando realizar un diplomado en esta materia. Tenemos una especial invitación a todos los que estén interesados.

CONDICIONES PARA PARTICIPAR

- Si la seccional interesada reúne un grupo de 35 personas, el costo por persona será de \$2'000.000. El FONAV dará un subsidio del 20% para afiliados y 15% para empresas no afiliadas que aportan al FONAV. El valor restante será asumido por la empresa o participante.
- El subsidio se otorgará para una persona por empresa, una vez el participante haya hecho el pago de la inscripción a la Universidad.
- Si una empresa está interesada en participar con más de una persona, deberá asumir el 100% por el segundo participante.
- El horario más viable para realizar el diplomado es el fin de semana. Inicialmente media jornada del viernes y sábado.

Es importante conocer su interés antes del día 15 de febrero, cualquier inquietud, favor comunicarse a los teléfonos 6452216 - 6350368 o bien puede escribirnos por correo electrónico a santander@fenavi.org

Misión ovoproductos:

The image shows a presentation slide with a yellow background and a blue border. On the left, there is a navigation pane with five slides. The main slide content is as follows:

MISIÓN TECNOLÓGICA Y EMPRESARIAL SECTOR OVOPRODUCTOS

Organizan:
CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA
FENAVI SANTANDER

Logos at the bottom include: CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA (with tagline '¡vamos a competir!'), CCAA (Cámara de Comercio Agraria de Santander), and FENAVI SECCIONAL SANTANDER. A small logo for 'CASA INDUSTRIAL ALIMENTARIA' is also present.

Capacitación Ambiental:



"JORNADA DE ACTUALIZACIÓN AMBIENTAL EN SANTANDER"

Fondo
Nacional
Avícola

Cordial saludo.

De manera atenta hacemos extensiva la invitación a participar de esta actividad que estará a cargo del **Dr. Carlo O. Duque PhD**, Asesor Nacional Asuntos Ambientales de Fenavi-Fonav y la **Dra. Claudia Palenque**. Profesional Fenavi – Fonav Programa Técnico .

FECHA: Junio 06 de 2013

HORA: 8:00am – 12:00 M.

LUGAR: Hotel San Juan de Girón.

Autopista Girón Km. 6 Bucaramanga

INFORMES E INSCRIPCIONES:

Dr. Edwin Ávila Cel.: 3103403810,

Dr. Sergio Ruz Cel.: 3103402995

Dra. Claudia Palenque Cel.: 3103402632

**CUPOS
LIMITADOS**

Actividades:

Galardón Ambiental Sanitario

ACTIVIDAD GREMIAL

**DESDE FENAVI SANTANDER:
GALARDÓN A LAS MEJORES GRANJAS CON MANEJO AMBIENTAL Y SANITARIO**

PASOS PARA PARTICIPAR

- Inscripción. Cada empresa puede inscribir máximo 3 granjas, las cuales cada empresa considere cumplen con las condiciones ideales para la participación en el concurso.
Debe aclarar que una empresa puede aplicar para los dos galardones según criterio de la empresa y/o participación individual para cada galardón.
- Una vez seleccionadas las granjas, la empresa debe diligenciar el formato de inscripción ante Fenavi seccional Santander y adjuntar la documentación referente al tema sanitario y/o ambiental. Dicha documentación corresponde a criterios de evaluación que serán tenidos en cuenta al momento de iniciar el proceso del concurso.
Los interesados deben solicitar vía correo electrónico de la seccional las respectivas fichas de inscripción y los requisitos que corresponden a manejo ambiental y/o sanitario.
- Los jurados realizarán las visitas y el recorrido correspondiente a cada granja.
- Las granjas ganadoras recibirán el galardón en ceremonia especial organizada por FENAVI SANTANDER. Así mismo tendrá participación en la revista Avicultores de FENVI - FONAVI.
- Los galardones serán otorgados anualmente y representarán a los avicultores de Santander con las mejores granjas avícolas en los temas sanitario y ambiental dando un ejemplo a seguir para las demás empresas y granjas del departamento.






ACTIVIDAD GREMIAL

Existirán dos jurados calificadores, cada uno para la respectiva modalidad, integrado por las autoridades competentes, FENAVI FONAVI y la Academia.

| | |
|--|----------------------------------|
| Fecha inicio de inscripciones: | Lunes 1 de Abril del 2013 |
| Fecha cierre de inscripciones: | Viernes 10 de Mayo del 2013 |
| Inicio de visitas del jurado calificador: | Martes 11 de Junio del 2013 |
| Fecha de finalización de visitas por parte del jurado calificador: | Sábado 10 de Agosto del 2013 |
| Fecha para entrega de resultados de evaluación por parte del jurado: | Viernes 30 de Agosto del 2013 |
| Fecha de premiación y entrega de galardones: | Jueves 19 de Septiembre del 2013 |

Para mayores informes comuníquese a FENAVI SANTANDER a las líneas telefónicas: 6452216 - 6350368 - 3202717375 o a los correos electrónicos: santander@fenavi.org, asistentsantander@fenavi.org, asidireccionsantander@fenavi.org

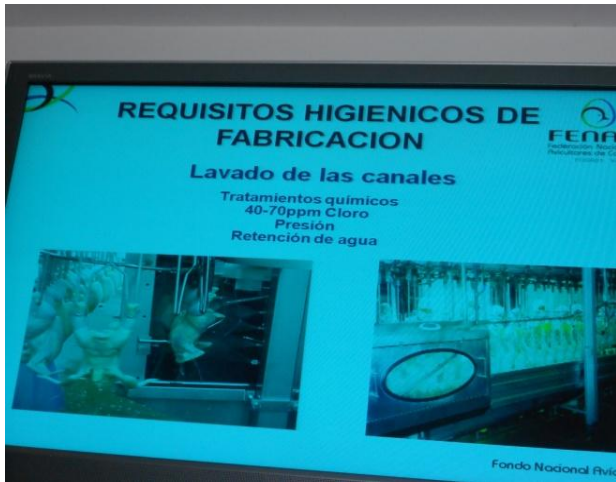


ÁNIMESE A PARTICIPAR Y SER EL MEJOR EN MANEJO SANITARIO Y/O AMBIENTAL

Anexo 16: Registro de imágenes de las diferentes actividades realizadas.

Capacitaciones: Programa Pollo





Reuniones institucionales



Anexo 17: Informes presentados del Festival del pollo colombiano.

LANZAMIENTO FESTIVAL DEL POLLO COLOMBIANO EN SANTANDER

El lunes 18 de febrero se realizó el lanzamiento del FESTIVAL DEL POLLO COLOMBIANO, organizado por FENAVI NACIONAL. Se inició en el sector de cañaveral desde las 7:00 a.m hasta las 2:00 pm, en los puntos de venta de PIMPOLLO, MACPOLLO Y DISTRAVES.

FENAVI, dio entrega de 7 delantales, 200 loncheritas herméticas con recetario, 300 individuales, 36,000 stickers, afiches y bombas para cada punto de venta.

Estuvieron presentes las promotoras de FENAVI, quienes estuvieron encargadas de tomar una base de datos, y llamaban la atención de las personas junto con la mascota, para que entraran al establecimiento e identificaran el sello del pollo colombiano.

Radio RCN, también estuvo presente con la emisora “LA CARIÑOSA”, e hicieron el cubrimiento del lanzamiento del Festival en cada punto de venta.



PIMPOLLO:



Hora: 7:00 a.m. – 9:00 a.m.

MAC POLLO:

Hora: 9:00 a.m. – 11:00 a.m.

Tuvo una asistencia alta de personas, entre 25 y 50 años de edad, en su mayoría amas de casa. Se lograron repartir 180 loncheras herméticas para todas aquellas personas que ingresaron al establecimiento e hicieron alguna compra. Se entregaron 7 delantales y los repartieron a sus mejores clientes.

MAC POLLO decoró su punto de venta con bombas, hizo una degustación de sus productos, repartió sus delantales y tuvo promoción en sus productos. Por la compra de 4 pechugas daban gratis un molipollo y un delantal, 15 % de descuento en las salchichas, 2 pollos por 13,900 pesos y 15 alas por 7,500 pesos.





DISTRAVES:

Hora: 11:00 a.m. – 2:00 p.m.

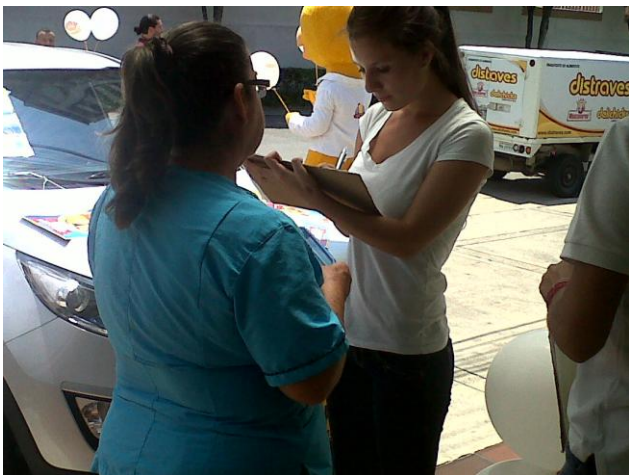
Entre las 11 de la mañana y 12 del medio día, la asistencia de personas fue la más alta. A todas aquellas que ingresaron al punto de venta se les hizo entrega de las loncheritas herméticas, bombas y degustación de pollo. A cada persona que ingresó se le tomó los datos.

Estuvo presente la mascota de FENAVI y también la mascota de DISTRAVES, quienes invitaron a las personas que transitaban por ese sector para que degustaran del pollo e identificaran el sello colombiano.

DISTRAVES decoró su establecimiento con bombas, colocaron los afiches entregados por FENAVI, e hicieron algunos descuentos en sus productos. Por la compra de 2 pechugas entregaban gratis un salchichón, 2 pollos en 17,000 pesos y 20 % de descuento en pechuga rellena.









INFORME FESTIVAL DEL POLLO EN FLORIDABLANCA

El sábado 23 de febrero se llevó a cabo el Festival del Pollo Colombiano en el municipio de Floridablanca, desde las 7:00 a.m. hasta las 2:00 p.m., en los puntos de venta de PIMPOLLO, MAC POLLO Y DISTRAVES.

Durante todo el evento estuvo presente RCN Radio con su emisora La cariñosa, la cual hizo el cubrimiento del Festival con el fin de promover el consumo del pollo colombiano, e informar al oyente de las promociones que se realizaron en esos tres puntos de venta.

Las promotoras de FENAVI, se encargaron que en cada punto se repartieran las loncheritas herméticas con su recetario, y el registro en la base de datos de todas las personas que ingresaron al establecimiento. Se hizo también presente la mascota de FENAVI.

PIMPOLLO

Hora: 7: a.m – 9:00

No tuvo mucha afluencia de personas, el establecimiento tenia decorado su punto de venta con los banderines, bombas y afiches que FENAVI le suministró. Fueron alrededor de 60 - 70 personas que entraron al lugar, se les tomó los datos y se les hizo entrega de las loncheritas herméticas.



MAC POLLO

Hora: 9:00 – 11:00

Tuvo una alta asistencia de personas durante las dos horas, y en su mayoría las personas que ingresaron hicieron una compra.

MAC POLLO tuvo su establecimiento decorado con los banderines, afiches, bombas de FENAVI y de MAC POLLO, dieron una degustación, hicieron promociones en algunos de sus productos, repartieron además de los delantales de FENAVI, sus propios delantales, repartieron unos folletos de consejos para hacer loncheras nutritivas. Cabe resaltar que en sus productos y en el tiquete de compra llevaba el sello del pollo colombiano (sticker).

Las promociones fueron: x 2 pollo grandes a \$ 20,000 entregaban un delantal, 5 pierna pernil mixto a \$ 10,000, 15 alas a \$7,500, 1libra de pechuga a \$ 3,400 y por la compra de 6 menudencias lleva 9 a \$ 2,700.

Fueron más de 200 personas, se hizo la entrega de todas las loncheritas y el respectivo registro de la base de datos.





DISTRAVES

Hora:

11.00 a.m. – 2:00 p.m.

En el transcurso de las dos primeras horas hubo más movimiento de personas, durante todo el tiempo se logró entregar 155 loncheritas herméticas y su respectivo registro de base datos.

DISTRAVES, tenía decorado su local con sus bombas de Delichick, banderines, bombas y afiches de FENAVI, y dieron degustación de sus productos. Se hizo presente además de la mascota de FENAVI, la de Distraves, quienes estuvieron atrayendo la atención de todas las personas de esa zona.

Las promociones fueron: 20% de descuento en pechuga rellena, 2 pollos x \$ 16,000, 2 paquetes de nuggets por \$ 8,700.

El sello del pollo colombiano se encontraba solo en las picadas que vendieron.





Anexo 18: Nota del Festival del Pollo Comlombiano en el Boletín Informativo

PARA SU INFORMACIÓN

FESTIVAL DEL POLLO COLOMBIANO



El Jueves 24 de enero FENAVI Seccional Santander organizó una reunión que tuvo como fin dar a conocer por medio de la Directora nacional del "Programa Pollo", Adriana Navarro, la propuesta estratégica del primer "FESTIVAL DEL POLLO COLOMBIANO" del 2013, que se va a celebrar a nivel nacional a partir del 18 de febrero. La reunión fue dirigida hacia los representantes de las diferentes empresas vinculadas a la seccional.

El "FESTIVAL DEL POLLO COLOMBIANO", tiene como objetivo llegar a diferentes regiones del país para que además de promover el producto, se posicionen y se identifique el sello con su lema publicitario "Pollo colombiano FRESCO y NATURAL".

Dentro de las estrategias planteadas está el activar momentos en la población, para adquirir más fuerzas de consumo, informar a los consumidores los atributos y garantías que tiene el pollo, mostrar variedades de preparación para deleitar en diferentes ocasiones, y buscar que el pollo colombiano sea el único.

Para finalizar la reunión, se hizo una invitación a todos los asistentes para apoyar el festival y juntos logremos un mayor consumo de pollo en la región, logrando a su vez el posicionamiento de sello colombiano.

RECUERDE
el POLLO colombiano es FRESCO y NATURAL.
Consuma producto colombiano



5

ACTIVIDAD GREMIAL

EL FESTIVAL DEL POLLO COLOMBIANO VA COMENZANDO

El FESTIVAL DEL POLLO COLOMBIANO organizado por FENAVI, tiene como objetivo promover el pollo colombiano en 10 ciudades a través de diferentes puntos de venta de pollo: POLLOS, WEB, POLLO Y CATERING en el sector de Cañaveral.



Es una campaña que tiene como fin promocionar el pollo 100% colombiano, fresco y natural, con la idea de posicionar el sello colombiano para que toda la población lo identifique y consuma el producto del país. Además es una oportunidad para que las personas aprovechen las promociones que se van a dar en cada establecimiento durante el Festival.

El festival hará un recorrido por diferentes barrios y municipios de Santander, como Cañaveral, Floridablanca, Girón, Píscata, esta, Centro de Bucaramanga y Concordia; y durará hasta el 30 de marzo.

A cada punto de venta FENAVI le ha suministrado todo el material para decorar su establecimiento y obsequios para repartirlos a todos los consumidores de pollo que entren al lugar. A cada punto de venta se entregó 300 recetas, 30.000 stickers, 300 individuales, 7 delantales, 200 loncheritas herméticas con su receta incluida, bombas, banderines u afiches. RCN Radio con su emisora LA CARINOSA ha hecho el cubrimiento en todos los puntos de venta mencionados anteriormente y por supuesto también ha estado presente la mascota de FENAVI, encargada de llamar la atención de las personas de cada zona para que ingresen al punto de venta.

Cañaveral y Floridablanca han sido los primeros en recibir el Festival, los cuales tuvieron muy buena acogida y buen recibimiento de todas las personas. Se evidenció que los consumidores empiezan a identificar y reconocer el sello colombiano.





santander@fenavi.org

6



¿Y HOY... QUÉ PREPARO?

**CAPACÍTESE Y DELEITE A SU FAMILIA...
FÁCILES Y ECONÓMICAS RECETAS
A BASE DE HUEVO Y POLLO.**

LA CAPACITACIÓN SE LLEVARÁ A CABO TODOS LOS MIÉRCOLES EN LA TARDE EN LA SEDE DE COMFENALCO SANTANDER. AVENIDA GONZALEZ VALENCIA NO 52 69. SEGUNDO PISO (205)

...DIVIÉRTASE APRENDIENDO...

Inscribase en FENAVI SANTANDER
Tel: 6452216, 6350368
o al correo electrónico santander@fenavi.org
SIN COSTO ALGUNO.

FENAVI
Federación Nacional de Avicultores de Colombia
SECCIONAL SANTANDER

TALLER DE GASTRONOMÍA ABRIL 24 DE 2013

La actividad se desarrolló en la tarde del miércoles en la sede de Comfenalco, donde se logró reunir un grupo heterogéneo de 25 personas, entre ellas amas de casa, estudiantes y profesionales.

Durante la actividad se realizaron 6 deliciosas recetas de las cuales 5 fueron a base de huevo, como las tostadas francesas, el sándwich de ensalada, el flan de vainilla con queso, una rica tortilla española y una deliciosa torta de pollo, huevo y cuajada.

La docente Chef, al tiempo que preparaba cada receta, hablaba de la importancia del consumo de este producto, los nutrientes y las propiedades que el posee.

En general todos los participantes fueron muy receptivos, entusiastas y participativos en la actividad. Se les dio entrega de 25 kits de individuales y recetarios.

Al finalizar los participantes evaluaron la actividad en su mayoría como excelente, donde aprendieron cosas nuevas y se deleitaron de las delicias del huevo. Además agradecieron por la oportunidad que se les está brindando.



FLAN DE VAINILLA



SANDWICH DE ENSALADA DE HUEVO



TORTA DE POLLO, HUEVO Y CUAJADA



ENTREGA DE RECETARIOS E INDIVIDUALES

* **TALLERES DE GASTRONOMÍA**



FENAVI
Federación Nacional de Avicultores de Colombia
SECCIONAL SANTANDER

Abril 23 – Septiembre 25 de 2013

The poster features a light blue background with a white gradient. At the top, the text '* TALLERES DE GASTRONOMÍA' is written in large, bold, blue letters with a reflection effect. Below the text, there are two cartoon characters: on the left, a smiling egg character wearing a white chef's hat and a white apron, holding a silver frying pan with two sunny-side-up eggs; on the right, a smiling yellow chicken character wearing a white chef's hat and a white apron, holding a black frying pan. In the center, there is a logo for FENAVI, which consists of a stylized egg shape with a red and blue gradient, and a white bird-like shape inside. Below the logo, the text 'FENAVI' is written in large, bold, black letters, followed by 'Federación Nacional de Avicultores de Colombia' in a smaller font, and 'SECCIONAL SANTANDER' in bold, black letters. At the bottom, the dates 'Abril 23 – Septiembre 25 de 2013' are written in bold, orange letters.

***OBJETIVO:**

Aprender procesos de preparación y organización de alimentos en el menú diario a base de pollo y huevo, destacando la facilidad, rapidez, sabor y economía en cada una de las preparaciones.

Intensidad 84 HORAS (04 horas cada taller. 21 jornadas)
No de participantes 25 por taller
Horarios Miércoles de 2:00 pm – 6:00 pm
Lugar Instituto de Educación Comfenalco Santander

PERSONAS CAPACITADAS A LA FECHA ➔ **105**
 (Amas de casa, profesionales, estudiantes)

1. ¿Cómo califica esta actividad?



***RESULTADOS DE ENCUESTAS**

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL PARTICIPANTE

Al final pregunte favor indicar con una X la opción que usted considere:

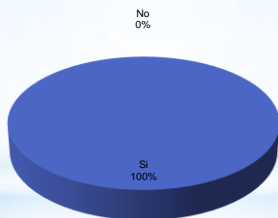
- ¿Cómo medio sus actividades?
 Excelente ___ Bueno ___ Regular ___ Malo ___
- ¿Aprendió algo nuevo en el taller que se desarrolló?
 Sí ___ No ___
- ¿Cómo calificó al Director que dirige el taller?
 Excelente ___ Bueno ___ Regular ___ Malo ___
- ¿Considera que las recetas fueron:
 Excelente ___ Muy buenas ___ Regulares ___
 Regulares ___ Buenas ___ Otras ¿cuáles? _____
- El momento de hacer en la cocina
 Diaria ___ Quincenal ___ Sin por medio ___ Mensual ___
 Semanal ___ Otras _____
- El contenido de cada uno de los talleres
 Excelente ___ Quincenal ___ Sin por medio ___ Mensual ___
 Semanal ___ Otras _____
- ¿Quiere su opinión o sugerencia del taller de capacitación organizado por FENAVIA?

FENAVIA **UNIVERSIDAD Y FORMACIÓN DE LOS RECURSOS DEL POLLO Y EL HUEVO**



2. ¿Aprendió algo nuevo en el taller que se desarrolló?

Aprendizaje



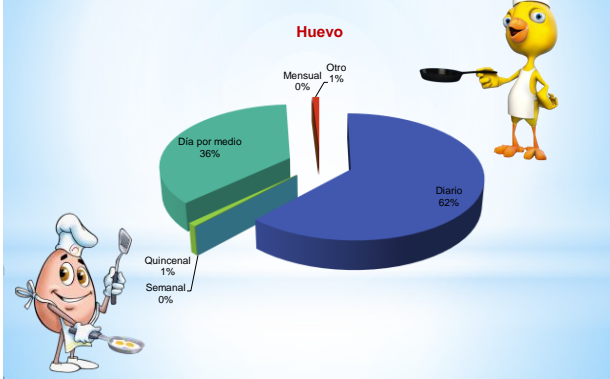
3. ¿Cómo califica al docente que dirigió el taller?



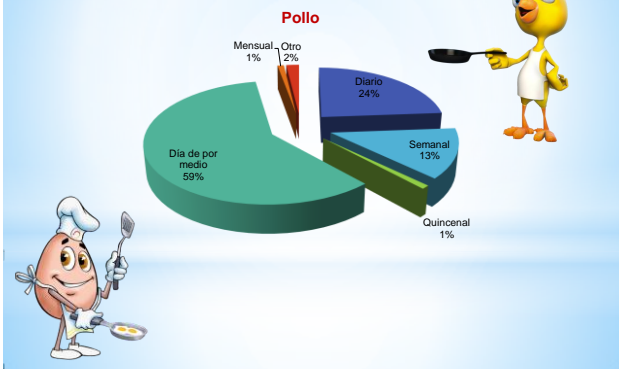
4. Considera que las recetas fueron:



5. El consumo de huevo en su hogar es:



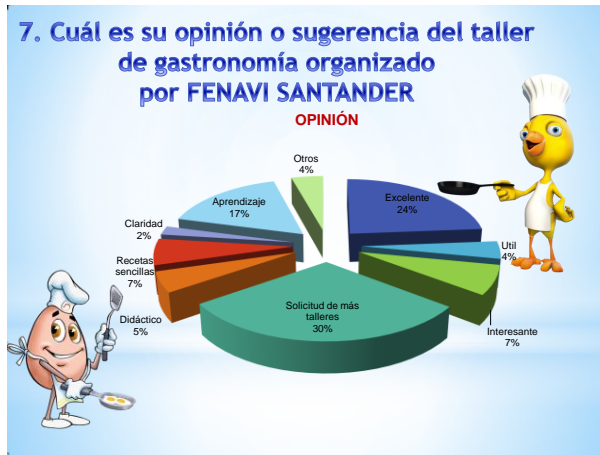
6. El consumo de pollo en su hogar es:






CERTIFICAN QUE:

**Asistió al
TALLER DE GASTRONOMÍA
el día 22 de Mayo de 2013
el Instituto de Educación Comfenalco**



*FRASES ESPONTÁNEAS

Los felicitó. Dios los bendiga y que los siga inspirando el espíritu para que nos sigan ofreciendo platos tan rápidos y tan económicos y nutritivos. ¡Muy buenas!

Me parece excelente, punto que a veces no sabemos como preparar el pollo y los platos de diferente manera que así se aprenden más rápidos entre talleres, muchas gracias!

Me ayudó a ganar de forma rápida y sencilla, variedad de recetas con pollo y pollo.

Excelente pero me gustaría que hubiera a diario otros platos.

Fue un taller muy bueno, ya me aprendí algunos platos en familia por mi hermano gracias.

*FRASES ESPONTÁNEAS

FENAVI SANTANDER:
Genial, muchos gracias por enseñarnos a usar el pollo y el huevo en diferentes formas.

Maxavillas para su concepto, debían repetirse seguidas pues se le hace de talte muy agradable.

Fue un programa excelente, pues aprendí cosas muy sencillas, económicas y rápidas. Buena idea, seguir facilitando este tipo de capacitaciones con personal reconocido y bien preparado como fue la chef y nos capacitar.

Me gusto mucho, se aprendió nuevas formas de utilizar el pollo (caulito rallado) y diferentes maneras de comer el huevo. ¡!