

Ficha de Valorización de Resultados

103

PECUARIO / AVES

Producción de Carne de Perdices en Confinamiento

Proyecto de Innovación
en la Región del Biobío

La perdiz chilena (*Nothoprocta perdicaria*) es endémica del país y se distribuye entre las regiones de Coquimbo y del Biobío, en el secano interior y costero, los cuales presentan bajas potencialidades productivas y las alternativas de desarrollar sistemas productivos son escasas.

A diferencia de la perdiz europea, que tiene una carne oscura, la carne de la especie chilena es muy blanca, con notable ausencia de grasa y más proteína que la del pollo; la pechuga es tierna y de sabor suave. Estas características le dan un tremendo potencial: es saludable, con color, sabor y ternura muy atractivos. En el medio chileno es conocida y muy apetecida, especialmente entre las personas vinculadas al mundo rural (zona centro sur).

Esta especie fue muy abundante en los campos chilenos, sin embargo, producto de su exquisita carne y demanda cinegética, se ha reducido considerablemente su población. Por este motivo el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) ha debido protegerla mediante la fijación de períodos de veda y del número de individuos permitidos para cazar.

El propósito de este documento es informar respecto las mejores prácticas tendientes a solucionar los problemas que presenta la producción de la perdiz, como su resistencia a domesticarse, considerando que existe escasa información respecto de su cría exitosa en confinamiento o semiconfinamiento. Sobre esta base, pequeños agricultores de la zona centro sur de Chile podrían llegar a producir carne de perdiz en confinamiento, con el objetivo de diversificar su matriz productiva.



Esta ficha resume los resultados y lecciones aprendidas de este proyecto, expuestos en detalle en el libro correspondiente de la serie



Producción de Carne de Perdices en Confinamiento

Proyecto de Innovación en la Región del Biobío

<p>Origen</p>	<p>Esta ficha fue elaborada a partir de la publicación que sistematiza los resultados, experiencias y lecciones aprendidas de la ejecución del proyecto financiado por FIA, cuya finalidad fue desarrollar una nueva alternativa productiva para los secanos interior y costero entre las regiones de Coquimbo y del Biobío, utilizando la perdiz chilena para producir una carne de alta calidad y valor, y desarrollar sistemas integrados con otras especies para un mejor aprovechamiento de los secanos.</p> <p>La iniciativa precursora fue ejecutada entre los años 2004 y 2008 por el coordinador principal del proyecto Sr. Marcos Antonio Lacazette Ortiz, en su predio Parcela Santa Teresa de Picoltué de la Sociedad Agrícola Santa Araceli Ltda., ubicada en la comuna de Mulchén, Provincia del Biobío, junto con un equipo técnico compuesto por dos médicos veterinarios, dos ingenieros agrónomos y otros profesionales, todos especializados en los distintos aspectos que conformaron este proyecto.</p>
<p>Tendencias en el mercado del producto</p>	<p>La oferta tradicional de la perdiz se ha limitado, hasta la fecha, a aves silvestres cazadas las cuales son consumidas por los propios cazadores o vendidas a personas o restaurantes. Es frecuente observar su venta a orillas de la Ruta 5 Sur, entre las regiones del Maule y del Biobío. Como tal, es un negocio absolutamente informal, cuyo volumen es desconocido; el precio bordea los \$ 5.000 cada una, para lotes de 5 a 6 aves.</p> <p>No existen antecedentes cuantitativos respecto de la demanda nacional de este producto. Sin embargo, los resultados de un “grupo focal” (<i>focus group</i>) evidencian la preferencia por carnes blancas, a las cuales se les asocia con ser más saludables. Con respecto a la perdiz en particular, varios participantes la habían comido en el sur de Chile y la recordaban como “muy rica”. También indicaron que se trata de una carne no muy sofisticada, por lo que su consumo sería fácil. En otras palabras, es conocida, lo que le da ventajas sobre productos totalmente nuevos, como por ejemplo, caracoles, avestruz y búfalo.</p> <p>La característica única de la perdiz es que posee una canal que se compone principalmente de carne blanca translúcida, con una notable ausencia de grasa y un rendimiento comparable a la canal de pollos de engorda y a la de pavos. La perdiz proporciona la novedad de ser un nuevo producto, un ave de carne blanca con sabor a ave de caza. El bajo contenido de grasa puede ser un nicho de mercado, considerando el interés de los consumidores por un producto saludable.</p> <p>Las encuestas realizadas a mayoristas y dueños de restaurantes mostraron que los atributos físicos de la perdiz son importantes para su comercialización como producto derivado de aves de caza. Los atributos más importantes en la decisión de compra son: el tamaño del ave, si es fresco o congelado, la disponibilidad de suministro y su precio debería ser comparable al de la perdiz chucker (europea), de US\$ 7,25/libra (valor año 1996), el que permitiría a la perdiz chilena competir con otras aves de caza y proporcionar un incentivo para que los mayoristas y restaurantes experimentaran con un nuevo producto de este tipo.</p> <p>Para el caso de la perdiz chilena, la normativa arancelaria vigente en los mercados receptores más importantes es la misma que la aplicada a otras ratites exóticas, como el avestruz y ñandú.</p>
<p>Proyecto de inversión</p>	<p>El objetivo del Plan de Negocios de Carne de Perdiz es implementar un sistema de producción de carne de perdices en confinamiento. Se consideró una unidad productora de tipo familiar, con sólo una pequeña sala de faenamiento y un mercado de tipo regional, fácil de desarrollar.</p> <p>El proyecto de inversión considera la compra de 50 reproductores: 25 machos y 25 hembras, a partir de los cuales se genera un plantel base de producción de polluelos, tanto para la venta como producto faenado, como para la reposición y aumento del número de reproductores, y consecuente escalamiento productivo. Se considera duplicar el número de reproductores de año en año mediante la producción propia, hasta llegar a un máximo de 1.000 reproductores al año 6.</p> <p>Para efectos de este Plan se considera la postura de 10 polluelos/hembra/temporada; el período de postura normal comienza en octubre y termina a fines de febrero. Además, se considera un consumo medio mensual por perdiz de 0,64 kg de alimento y que las perdices están en condiciones de ser sacrificadas para su venta entre los tres y cuatro meses de edad.</p>

Inversiones	<p>Las inversiones necesarias para la habilitación de la unidad productiva de carne de perdiz considera inicialmente la compra de 50 reproductores (\$ 12.000/perdiz) y el establecimiento de la infraestructura y equipamiento básico que incluye corrales, incubadora, nacedora y corral menor o inicial.</p> <p>De acuerdo con el escalamiento productivo planeado, en el año 1 y en los siguientes es necesario invertir en nuevos corrales, incubadoras y nacedoras, de acuerdo al aumento de los reproductores y consecuentemente del número de huevos y polluelos por temporada.</p> <p>La inversión para la sala de faenamiento debe hacerse en el año 2, por un valor de \$ 600.000.</p> <p>En el Cuadro 1 se detallan las inversiones anuales; el total para los seis años considerados para el Plan de Negocios es de \$ 11.575.000.</p>
Rendimientos, costos e ingresos	<p>Los costos, ingresos y flujo de fondos se señalan en el Cuadro 2. Se incluyó una línea adicional denominada "Ingreso familiar", que resulta de la suma del flujo de cada año más el gasto en personal, por tratarse de una unidad productiva familiar.</p> <p>Los costos de este sistema en confinamiento están asociados a la alimentación de las perdices, la mano de obra necesaria para el manejo del sistema (ya sea familiar o externa) y la electricidad consumida en la temporada reproductiva. Además, se deben considerar gastos administrativos y en asesorías y medicamentos.</p> <p>Los ingresos del Plan de Negocios corresponden a venta de carne de perdices, por lo que se debe considerar el precio del ave faenada y los meses en que se faena y vende durante el año.</p> <p>El precio de la perdiz faenada fresca puesta en predio es de \$ 4.000 y el período de venta se extiende por 4,5 meses al año. Para el primer año se considera una producción de 200 perdices, la que se incrementa con los años, para llegar a una producción de 5.000 perdices al final del período de evaluación (año 6).</p>
Rentabilidad	<p>De acuerdo a la evaluación (horizonte de 10 años y una tasa de descuento de 10%), el proyecto demuestra ser rentable con los siguientes valores bajo un escalamiento productivo y de inversiones progresivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valor Actual Neto (VAN): \$ 15.596.999 • Tasa Interna de Retorno (TIR): 44% <p>y, si se considera mano de obra familiar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • VAN: \$ 31.474.000 • TIR: 84%
Estrategia de implementación	<p>En el Plan se considera un sistema productivo donde los pequeños productores tienen ventajas comparativas, ya que requiere unidades de pequeño tamaño y una inversión básica en infraestructura y equipamiento. Además, la integración de mano de obra familiar aumenta significativamente la rentabilidad del negocio.</p> <p>La implementación del modelo debe considerar tanto la resistencia a la domesticación propia de la perdiz, como la poca información documentada existente relativa a la cría exitosa de esta especie en confinamiento o semiconfinamiento.</p> <p>Producto de la alta complejidad que implican las etapas iniciales del ciclo productivo, especialmente lo relacionado con la sensibilidad al estrés que muestra la especie y su consecuente detención en la postura de huevos, es imprescindible seguir las lecciones aprendidas en el proyecto precursor, respecto el manejo en cautiverio de estas aves.</p> <p>Se requiere desarrollar un tipo de producción que permita cumplir con la normativa vigente concerniente a las aves de caza y a la cría de aves en confinamiento. El principal inconveniente de este sistema productivo es el riesgo sanitario que genera la alta densidad de individuos.</p> <p>La estrategia de comercialización debe considerar crear la demanda de carne de perdiz mediante una campaña de marketing, en la cual se den a conocer sus atractivas características organolépticas y destaque a la perdiz como un ave y producto exclusivo del país.</p> <p>También debe realizarse un estudio de mercado previo que evalúe el volumen del mercado y sus precios de venta probables.</p>
Alcance del negocio	<p>Se considera que la introducción de la carne de perdiz en Chile debe concretarse a través de múltiples unidades productivas familiares, las que pueden estar situadas en diferentes entornos regionales dentro del territorio de distribución natural de las perdices.</p> <p>Las unidades productivas familiares del Plan de Negocios tienen bajas barreras de entrada en cuanto a capital y, además, bajos gastos de distribución, ya que no requieren transporte refrigerado.</p>

CUADRO 1. Detalle anual de las inversiones del Plan de Negocios (\$)

Ítem	AÑO						
	0	1	2	3	4	5	6
Perdices	600.000	-	-	-	-	-	-
Corrales	200.000	200.000	400.000	800.000	1.200.000	1.200.000	0
Incubadora	30.000	30.000	60.000	120.000	180.000	180.000	0
Nacedora/corral menor	75.000	300.000	375.000	750.000	1.500.000	1.875.000	1.500.000
Sala de faenamiento	-	-	600.000	-	-	-	-
Total	905.000	530.000	835.000	1.670.000	2.880.000	3.255.000	1.500.000

CUADRO 2. Flujo de una unidad productiva de perdices (\$)

Ítem	AÑO						
	0	1	2	3	4	5	6
Inversión	905.000	530.000	835.000	1.670.000	2.880.000	3.255.000	1.500.000
Ingresos	0	800.000	2.000.000	4.000.000	8.000.000	14.000.000	20.000.000
Venta perdices	0	800.000	2.000.000	4.000.000	8.000.000	14.000.000	20.000.000
Costos	291.714	990.286	1.880.571	3.661.143	6.507.714	9.705.714	10.760.000
Alimentos	115.714	394.286	788.571	1.577.143	2.935.714	4.645.714	5.700.000
Mano de obra	144.000	432.000	864.000	1.728.000	3.024.000	4.320.000	4.320.000
Otros gastos	32.000	164.000	228.000	356.000	548.000	740.000	740.000
Flujo caja	-1.196.714	-720.286	-715.571	-1.331.143	-1.387.714	1.039.286	7.740.000
Ingreso familiar	-1.052.714	-288.286	148.429	396.857	1.636.286	5.359.286	12.060.000

VAN (10%): \$15.596.999.

TIR: 44%.

