

UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO

Facultad de Economía y Ciencias Empresariales

**PROYECTO DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE
AVESTRUZ EN EL ECUADOR**

“DISTRIAVES”

**Trabajo de investigación que se presenta como requisito para el título de
INGENIERO EN CIENCIAS EMPRESARIALES con concentración en
COMERCIO EXTERIOR.**

AUTOR: EVELYN LILIANA NAVEDA VERA

Samborondón, Septiembre del 2009.

Agradecimientos.

En primer lugar agradezco a Dios por todas las cosas buena que me ha dado, por guiar siempre mi camino, por darme la fuerza y la fortaleza que he necesitado y por llenar mi vida de bendiciones.

También a mis padres y a mi familia, que han estado conmigo apoyándome y siendo mi soporte en todo momento. Gracias por haberme dado la vida y gracias por enseñarme a ser una buena persona. Sé que siempre puedo contar con ellos. Gracias por haber sido la luz en mi vida y por enseñarme que con la perseverancia y dedicación a las cosas alcanzamos las metas propuestas y que nunca se debe dejar de soñar.

#	ÍNDICE GENERAL	PAG.
1.	INTRODUCCION	1
2.	VISIÓN	2
3.	MISIÓN	2
4.	OBJETIVO	2
4.1	OBJETIVO GENERAL	2
4.2	OBJETIVO ESPECIFICO	2
5.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	2
6.	JUSTIFICACIÓN	2
7.	ANTECEDENTES	3
8.	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	4-5
9.	PROCESO DE FAENAMIENTO	6
10.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	6
11.	PROPUESTA DE MEJORAMIENTO	7
11.1	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	7-9
11.2	ANÁLISIS FODA	9
11.3	MARKETING MIX	9
11.3.1	PRODUCTO	9
11.3.2	PRECIO	10
11.3.3	PLAZA	10
11.3.4	PROMOCIÓN	10
11.3.5	CLIENTE	10
11.3.6	COMPETENCIA	10
11.4	ESTRATEGIAS	10-11
11.5	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	11-12
11.5.1	CONCLUSIONES DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO	12-13
12.	ANÁLISIS FINANCIERO	13
12.1	INVERSIÓN	13
12.2	VIABILIDAD DE LA PROPUESTA	14
12.3	COSTOS DE CRIANZA	14
13.	CONCLUSIONES	15
14.	RECOMENDACIONES	15
15.	BIBLIOGRAFÍA	16
16.	ANEXOS	17-31

RESUMEN



- La cría del avestruz no sólo en el Ecuador sino en el mundo entero ha pasado a ser un modelo de negocio de rápido crecimiento, poca inversión e interesantes ingresos.
- La viabilidad de este proyecto es muy buena, tenemos un costo de inversión de \$17550, el cual se recuperaría en el transcurso de Cuatro meses, este tiempo es súper corto ya que recuperaríamos el capital invertido en un corto plazo.
- Los principales lugares donde se distribuirá el producto serán Cuenca, Guayaquil, Salinas, Montanita, Machala y Manta. Estas ciudades fueron elegidas ya que se encuentran ubicadas cerca de Guayaquil, donde se encuentra la planta de distribución.
- La carne de avestruz tiene una gran ventaja y es que es baja en grasas y rica en proteínas, debido a su componente nutricional ha servido como alimento curativo a las personas que padecen de cáncer.
- Se realizó una investigación de mercado donde se detectó que existe un mercado selectivo de consumidores que están dispuestos a pagar un precio más elevado por la carne de avestruz (debido a sus atributos) comparado con el resto de carnes ante lo cual este proyecto de distribución resulta factible y atractivo.

1. INTRODUCCIÓN



En los ochenta empiezan a darse cambios en la preferencia de los consumidores, ya que éstos piensan que es muy importante ingerir alimentos bajos en calorías, grasa y colesterol, dando cabida a la carne de avestruz.

La cría del avestruz en el Ecuador constituye una nueva alternativa de diversificación en la producción agrícola que representa una valiosa base en el mercado competitivo de la oferta exportable. Para la producción del avestruz, la diversidad ecosistémica de suelos y las características agroclimáticas con un periodo de luz uniforme durante todo el año constituyen el sitio óptimo. El Ecuador gracias al clima que posee tiene todas las facilidades para la producción y distribución de esta carne. Además la mano de obra en nuestro país es barata.

La investigación de este proyecto se la ha realizado por que los consumidores se han vuelto más selectivos en la calidad de sus alimentos, consumiendo carnes más saludables y con menos contenido graso. El consumo de diversos tipos de alimentos cárnicos garantiza una condición saludable en el ser humano.

La carne es roja parecida al buey y con un sabor similar a la ternera, pero más gustosa y sin apenas colesterol ni grasa, lo que la hace la reina de las carnes para los que padecen algún problema cardíaco, o son propensos a engordar.

Es muy rica en aminoácidos esenciales, hierro, fósforo y magnesio; y por tanto, especialmente recomendable su consumo durante los llamados períodos carenciales: embarazo, lactancia, adolescencia y convalecencia, para deportistas y también para los que siguen dietas eminentemente vegetarianas, al mismo tiempo, por su bajo contenido en grasa y aporte calórico es idónea para personas que siguen régimen para el control de la obesidad.

2. VISIÓN

Establecer la carne de avestruz como uno de los principales productos consumido por la población ecuatoriana y así ser la empresa líder en distribución y comercialización de la carne de avestruz.

3. MISIÓN

Satisfacer las necesidades de nuestros consumidores ofreciendo una carne de alta calidad cumpliendo con los estándares que el consumidor exige.

4. OBJETIVOS

4.1 GENERAL:- Introducir en el mercado nacional el consumo de carne de avestruz, ya que es un alimento que tiene muchos beneficios en su valor nutricional, prevención de enfermedades y contenido proteico.

4.2 ESPECIFICOS:

1. Atendiendo al mercado de consumidores de alto poder adquisitivo que cuidan de su nutrición y prefieren productos sanos.
2. Promocionando el producto en hoteles de categoría internacional y restaurantes gourmet.

5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En el Ecuador, actualmente no existe una cadena de distribución de carne de avestruz en el mercado nacional.

En los actuales momentos los consumidores han cambiado sus hábitos alimenticios, ya que ellos prefieren consumir productos sanos, pero muchas veces no tienen el acceso ni el conocimiento de dichos productos, es por este motivo que se ha decidido impulsar la comercialización de la carne de avestruz, y así poder crear una cultura alimenticia en alimentos sanos y poder satisfacer las necesidades de los consumidores.

6. JUSTIFICACIÓN

Para el desarrollo y explotación comercial de la crianza de avestruz se necesitan zonas con muy buenas condiciones climáticas, y el Ecuador posee todas éstas condiciones; el avestruz presenta muy buena capacidad de adaptación, por tal motivo es muy importante la investigación de mercado para así conocer la rentabilidad de la distribución de la carne de éstos animales.

De acuerdo a lo investigado podemos percibir que la crianza de avestruz no es una moda pasajera, sino que indica una fuerte tendencia de los productores hacia criar animales más eficientes y productivos.

La carne de avestruz tiene la ventaja de ser una carne nutritiva y saludable para la salud; según estudios realizados la carne de avestruz ha servido como alimento curativo a las personas que padecen de cáncer debido a su componente nutricional.

La piel de este animal es lo que más genera rentabilidad; ya que es utilizada para la elaboración de artículos de lujo, como carteras, botas, billeteras, etc., productos que tienen una fuerte demanda en otros países.

En nuestro país, todavía falta mucho por explotar respecto a la cría de avestruces, es por este motivo que esta es una gran oportunidad para ingresar a este mercado. En vista de que es un alimento innovador tenemos la oportunidad de convertirnos en la principal empresa de distribución de carne de avestruz en el Ecuador.

7. ANTECEDENTES



La preferencia actual de los consumidores de carnes a nivel mundial se orienta hacia el consumo de carnes baja en grasas y rica en proteínas. Es por este motivo el rápido crecimiento del negocio de la crianza y comercialización de la carne de avestruz.

En Europa, debido a que la demanda en el consumo de la carne de avestruz ha ido aumentando, es muy frecuente encontrar esta carne en los supermercados y restaurantes selectos ofrecen actualmente este tipo de carne.

El valor de la carne avestruz comparado el resto de carnes es más alto, tanto en el mercado internacional como en el mercado local. El precio de la carne de avestruz en el mercado internacional: varía entre US\$ 30 y US\$ 40 por kilo, versus los US\$ 10 de la carne de vacuno.

En Ecuador, las preferencias en el consumo de carnes ha cambiado, ya que las personas prefieren carnes sanas, baja en colesterol, baja en grasas.

El avestruz es un animal que rinde mucha más carne que otros animales, debido a su tamaño. El sabor, el color, la textura de la carne de avestruz es

muy parecida a la carne de vacuno, pero con una gran ventaja: bajo nivel de calorías, grasas y colesterol, apropiada para una dieta sana baja en grasas y rica en proteínas.

Para los consumidores es difícil distinguir entre la carne de ternera y la carne de avestruz, ya que su sabor es similar y su color también. La diferencia más grande que tienen es la tabla con el valor nutricional de cada una. Por sus cualidades es la carne ideal para personas mayores, para corregir y prevenir anemias, en casos de problemas de obesidad.

En el año 2001, en el Ecuador se intensificó el negocio de la cría de avestruces en Cayambe, cuyos resultados hasta la actualidad han sido muy buenos.

8. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO



El avestruz es un ave que proviene del continente Africano, es por esta razón que también es un tipo de negocio relativamente nuevo la cría y comercialización de este animal, ya que antes era muy difícil y costoso el traslado de los avestruces a nuestro continente.

Dentro de los tipos de avestruces tenemos los siguientes: que han sido clasificados de acuerdo a la coloración de su cuello.

Avestruces de Cuello Negro:

Este tipo de avestruces es el que más hay en el mercado, ya que es el más se comercializa. Esta especie es una combinación de los avestruces de cuello rojo con los avestruces de cuello azul, son de carácter más tranquilo, el tamaño es más pequeño que los otros dos pero son muy resistentes. Es el preferido por los criadores y es esta especie la que se produce en el Ecuador.

Avestruces de Cuello Rojo:

Su carácter es agresivo y su tamaño es más grande que los otros tipos de avestruces.

Avestruces de Cuello Azul:

Dado al carácter salvaje que tienen, son los más utilizados para ser observados en zoológicos y también los circos lo utilizan para presentar espectáculos con tan lindos animales.

El crecimiento del avestruz es muy curioso, ya que cuando nace pesa aproximadamente un kilo, y al cumplir un año ya oscila los 100 y alcanza los dos metros de altura. Es el momento óptimo para el sacrificio, del cual obtendremos aproximadamente, 30kg de carne aprovechable, y matiza que la cantidad de alimento que ingiere desde que es un pollito hasta que se lleva al matadero es de 600kg. El avestruz se adapta con facilidad a cualquier tipo de clima, siendo así que actualmente en el país se crían estas aves tanto en la costa como en la sierra.

Cuando los avestruces han alcanzado su madurez sexual empiezan a anunciar que están listos para llevar a cabo la reproducción, dan señales como danzas, sonidos o posturas diferentes que los avestruces machos entienden. Generalmente su madurez sexual se da entre los 2 y 3 años de edad.

El avestruz macho para proteger a su familia: a su hembra, sus huevos y a su nido, busca un lugar con las condiciones apropiadas para que sea su hogar, éste hace un hueco no muy profundo en la tierra y construye allí su nido. Casi todos los productores de avestruces permiten que los avestruces machos escojan con quien aparearse.

En el nido construido por el avestruz macho habita también el avestruz hembra. El tiempo aproximado que estos animales van a estar en la etapa de apareamiento dura de 2 a 3 meses. Los resultados de la producción de huevos varían de 40 a 60 huevos al año por hembra; sacando un cálculo esto quiere decir que ponen 1 huevo cada 1 o 2 días. Cada huevo puede variar entre 1 y 2 Kg.

Para que la incubación de los huevos sea de óptimas condiciones tienen que estar en una temperatura entre 35 a 37° C, sin descuidar la humedad, la cual va a variar dependiendo el lugar donde van a estar y también hay que estar rotando a los mismo de cuatro a seis veces al día y la rotación tiene que ser de 90°.

Para finalizar el proceso de incubación los huevos de los avestruces tienen que tener menos agua que al principio del proceso y de esta manera que el huevo tenga mayor flujo de aire. Semanalmente hay que estar pesando los huevos es así como podemos determinar si han perdido peso o no y darnos cuenta que tiempo falta para que nazca el animal. (Ver anexo 1).

Los avestruces son aves muy veloces, gracias a sus dos gigantescas patas que cada una contiene dos dedos lo que le permite estabilidad al correr, pueden correr y alcanzar hasta los 60 Km/por hora. Dado al peso que tiene y a que presenta atrofia en los músculos de las alas, le es imposible poder volar como las otras aves, es por esta razón que los avestruces están considerados dentro de las aves corredoras. También son aves que tienen una excelente vista y unos largos canales auditivos, debido a esto se analiza la posibilidad de utilizar las córneas de las aves para trasplantes en seres humanos.

La carne de avestruz tiene un contenido de grasas, calorías y colesterol muy bajo, con 36 % menos de colesterol y 80 % menos de grasas totales en

relación a la carne del cerdo, pero es muy rica en proteínas, lo que la convierte en una alternativa sana para la carne de vaca, de cordero o la carne blanca, su sabor y textura similar a la carne de vaca. Un avestruz puede producir alrededor de 100 lb de carne magra, la cual está separada de la grasa, lo que la hace baja en colesterol. ¹ (Ver anexo 2).

9. PROCESO DE FAENAMIENTO

El primer paso para llevar a cabo el faenamiento es separar los avestruces que estén en la edad de 12 a 14 meses, antes de que vayan a ser faenadas se les suprime la alimentación un día antes.

El primer paso es aturdir al animal con un golpe en la cabeza hasta que éste caiga al piso, una vez que cae al piso se lo levanta de patas con el cuello hacia abajo, luego se procede a cortar el cuello y se espera unos 30 minutos hasta que se desangre el avestruz, una vez desangrado el animal se le sacan las plumas, luego la piel y finalmente las vísceras.

El avestruz es una verdadera fábrica de carne, la cantidad aproximada que da un avestruz es 60 Kg, que 45 Kg son carne suave, 15 Kg carne dura que se la utiliza para embutidos y carne molida para hacer hamburguesas, etc. ² (Ver anexo 3).

10. FUNDAMENTACIÓN TEORICA

Nuestro proyecto necesita de un excelente plan de distribución en las ciudades escogidas, ya que de esto va a depender nuestra comercialización y así posicionar nuestro producto llegando a todos nuestros clientes potenciales.

Los canales de distribución juegan un papel muy importante, de esta manera hacemos llegar a nuestro producto al consumidor final, es por esto que tenemos que saber escogerlos y así poder satisfacer a nuestros clientes.

Elegir bien los canales de distribución es una de las decisiones y retos más grandes del proyecto, ya que si nos equivocamos podemos llevar el negocio a la quiebra o a una mala situación económica o verse en serios problemas.

Una vez que hemos elegido nuestro canal de distribución no nos podemos olvidar de otras cosas importantes que van de la mano con eso, como por ejemplo la publicidad, brindar un buen servicio que haga una diferenciación con mis competidores, brindando un servicio personalizado.

Los canales de distribución son los medios que necesita un negocio para hacer llegar su o sus productos a los consumidores finales, en otras palabras son intermediarios que ayudan la distribución y la manera de hacer que los clientes tengan fácil acceso al producto que deseen.

¹ www.agropavestruzca.com

² Fuente: Criadero Terravestruz de Riobamba

11. PROPUESTA DE MEJORAMIENTO



En vista de que en el mercado ecuatoriano no se comercializa esta carne, ya que hace falta dar a conocer las ventajas de la misma; se ha decidido publicar los beneficios y difundir las diferentes formas de consumo. Los hoteles como el Hilton Colón, Oro Verde, etc. Actualmente, en el Ecuador no hay suficiente carne para ser exportada.

El producto tendrá un alto control de calidad, para que de esta manera el consumidor no vaya a tener ningún problema, estará debidamente empacado y contará con las normas de higiene pertinente y así que el consumidor tenga confianza en nuestro producto.

Normalmente los cortes de esta carne son envasados en cajas de cartón de 1 kg, mantenida a una temperatura estable entre 0 y 4 grados. (Ver anexo 4)

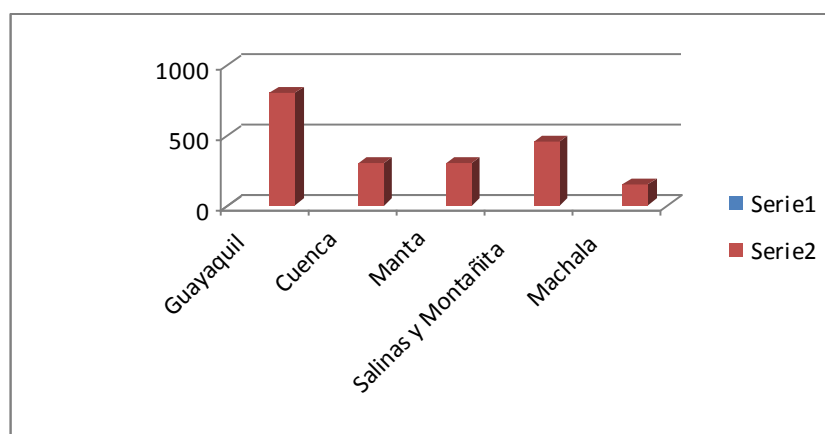
11.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- Para poder llegar a las ciudades con mayor poder adquisitivo del Ecuador y lugares turísticos hemos segmentado al país por zonas.
- Este negocio no está orientado a la producción sino específicamente a la logística y distribución del producto terminado hacia su punto de destino. Nos aseguramos la entrega del producto (puerta a puerta), en óptimas condiciones de higiene y calidad.
- Los vehículos usados para la distribución del producto fuera de Guayaquil son contratados por entregas puntuales. Pedidos en cantidades menores dentro de la ciudad los haré personalmente.
- Los principales lugares donde se distribuirá el producto serán Cuenca, Guayaquil, Salinas, Montanita, Machala y Manta.

Volúmenes de entrega:

La carne de avestruz se comercializará en los principales hoteles y restaurantes de las ciudades mencionadas:

Guayaquil	800 Kg
Cuenca	300 Kg
Manta	300 Kg
Salinas y Montañita	450 Kg
Machala	150 Kg
TOTAL:	2000 Kg



Guayaquil:

A Guayaquil destinaremos de los 2000Kg. mensuales, 800Kg. que serán distribuidos de la siguiente manera:

Hotel Hilton Colón:	150Kg.
Hotel Oro Verde:	75Kg.
Hotel Haward Johnson:	75Kg.
Hotel Sheraton:	150Kg.
Hotel Unihotel	100Kg.
Hotel Guayaquil	50Kg.
Hotel Hampton Inn	50Kg.
Hotel Continental	50Kg.
Hotel Marriot	100Kg.

Cuenca:

A Cuenca destinaremos de los 2000Kg. mensuales, 300Kg. que serán distribuidos de la siguiente manera:

Hotel Oro Verde:	150Kg.
Hotel Pinar del Lago:	100Kg.
Hotel El Dorado:	50Kg.

Manta:

A Manta destinaremos de los 2000Kg. mensuales, 300Kg. que serán distribuidos de la siguiente manera:

Hotel Oro Verde:	150Kg.
Hotel Haward Johnson:	50Kg.
Hotel Cabañas Balandra.	100Kg.

Salinas y Montanita:

A esta zona destinaremos de los 2000Kg. mensuales, 450Kg. que serán distribuidos de la siguiente manera:

Barceló Miramar:	150Kg.
Puerto Lucia:	100Kg.
Baja Montaña:	100Kg.
Hotel Montanita:	50Kg.
Hostal Hola Hola:	50Kg.

Machala:

A Machala destinaremos de los 2000Kg. mensuales, 150Kg. que serán distribuidos de la siguiente manera:

Hotel Oro Verde:	150Kg.
------------------	--------

11.2 ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none">• Baja en grasas.• Carne 100% natural y nutritiva.• Muchas proteínas.	OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none">• Cualidades medicinales que las otras carnes no tienen.• Comida rápida, sana.
DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none">• Falta hábito del consumo• Precio alto.	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none">• Proveedores artesanales que no respondan los estándares.• Competencia de carne tradicional.

11.3 MARKETING MIX**11.3.1 PRODUCTO**

La carne de avestruz es un producto nuevo que está dirigido a un mercado de personas que desean cambiar su hábito alimenticio al optar por la comida nutritiva y saludable.

11.3.2 PRECIO

En relación a los otros tipos de carnes es más elevado. El precio de 1Kg. de carne suave de avestruz es \$12 y 1Kg. de carne dura de avestruz (utilizada para embutidos y carne molida para hamburguesas) \$7, si comparamos con el precio de 1Kg. de lomo fino vamos a notar una gran diferencia, ya que el costo de éste es \$3.50.³

11.3.3 PLAZA

Hoteles de categoría internacional (4 y cinco estrellas) y restaurantes de alta concurrencia de turistas extranjeros.

11.3.4 PROMOCIÓN

Difundir que la carne de avestruz posee un gran contenido de vitaminas, hierro, proteínas y que es baja en grasa.

Colocaremos stands de degustación en todos los Hoteles para que el consumidor pueda probar el sabor y la textura de la carne de avestruz. Además proporcionaremos información sobre las ventajas que tiene esta carne en relación a las otras, indicaremos los porcentajes de grasa y la tabla nutricional.

Para promover nuestro producto en los hoteles tendremos trípticos, volantes, revistas dirigidas al mismo target (en el restaurante, recepción), etc. y así de esta manera ellos puedan conocer los beneficios de la carne de avestruz.

Contratar un chef que nos desarrolle recetas gourmet con carne de avestruz y promoverlas en los hoteles para que las preparen.

11.3.5 CLIENTE

Nuestro producto estará dirigido a todas las personas que se preocupen por su salud, en llevar una alimentación sana y nutritiva.

También para los turistas que visitan nuestro país y que están alojados en los hoteles de cuatro a cinco estrellas mencionados anteriormente, ya que para ellos es una experiencia diferente saborear la carne de avestruz.

11.3.6 COMPETENCIA

En realidad en el mercado de la distribución de carne de avestruz hay muy poca competencia, ya que ningún distribuidor expende este tipo de carne, sin embargo varios lugares como supermercados y restaurante, se han visto en la necesidad de ofrecer este tipo de alimentos, ya que hay personas en su mayoría los turistas que prefieren una alimentación sana y nutritiva y solicitan esta clase de productos.

11.4 ESTRATEGIAS

1. Contar con infraestructura física adecuada, personal capacitado y enfocado a vender productos con altos estándares de higiene y calidad.

³ Fuente: Información de precios del Criadero Terravestruz de Riobamba

2. Asegurar que la logística y el servicio al cliente, estén alineados a cumplir al 100% la demanda y pedidos con los hoteles. Debemos empezar con una muy buena imagen de cumplimiento y servicio.
3. Asegurar que el proveedor criador de avestruces pueda cumplir con las cantidades requeridas mensualmente, así como la calidad exigida para que la cadena cumpla con las normas de calidad exigidas.
4. Desarrollar un plan de cría de avestruces, para a mediano plazo, seamos nuestros propios proveedores de materia prima.
5. Desarrollar herramientas de mercadeo directo, que permitan dar a conocer al consumidor final los atributos y beneficios de la carne de avestruz. Entre estas estrategias sencillas y practicas tenemos:
 - Elaborar trípticos para difundirlos en recepciones y mesas de restaurantes que informen los beneficios nutricionales de nuestro producto.
 - Desarrollar recetas gourmet con un chef contratado para sugerir estas recetas para la preparación en cada hotel.
 - Participar en ferias de comida para degustar la variedad y exquisitez de productos que se pueden hacer con la carne de avestruz.
 - Lograr espacios con reportajes en las principales revistas de cocina con el fin de difundir a nivel masivo nuestro producto.

11.5 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Objetivo.- La encuesta consiste en obtener información que nos ayude a conocer mejor a nuestro consumidor final, evaluar la viabilidad del proyecto y a su vez poder tomar decisiones que nos permitan orientar las estrategias. (Ver anexo 5).

La encuesta se realizó en las ciudades de Guayaquil, Manta, Machala, Cuenca y Salinas a persona que concurran a los siguientes principales hoteles de dichas ciudades:

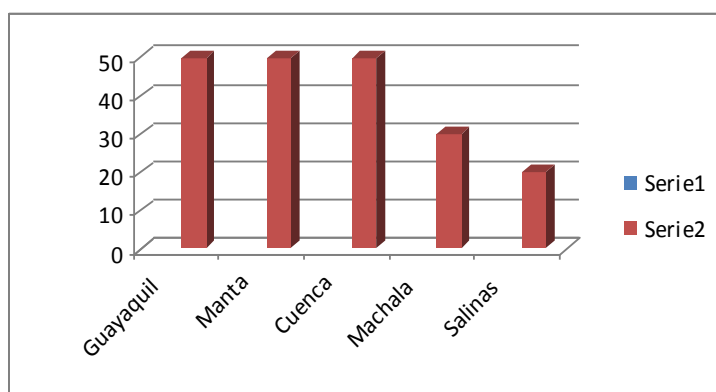
- a. Hotel Oro Verde
- b. Hotel Sheraton
- c. Hotel Howard Johnson
- d. Hotel Hilton Colon
- e. Hotel Barceló Miramar

Preguntas: La encuesta se realizara a 200 consumidores finales que salgan del restaurante de dichos hoteles para poder evaluar la siguiente información primaria.

Segmentación de la Encuesta

200 Personas

Guayaquil	50
Manta	50
Cuenca	50
Machala	30
Salinas	20
TOTAL:	200

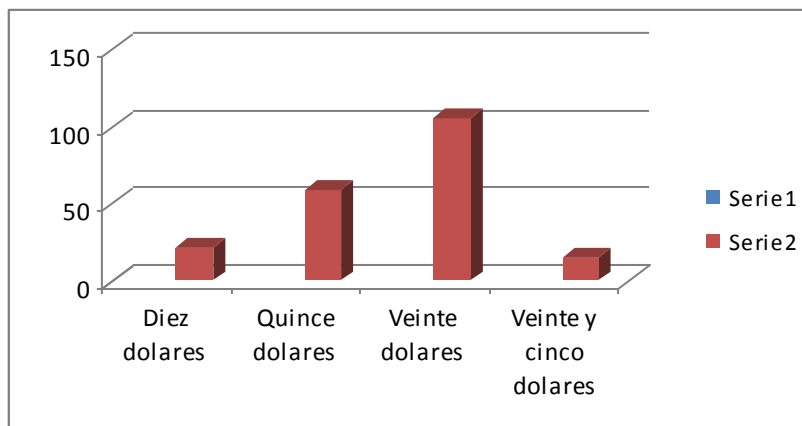


11.5.1 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACION DE MERCADO

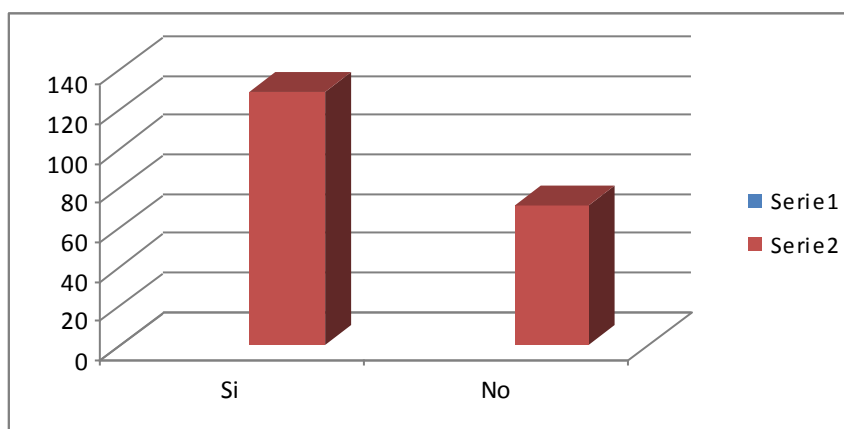
1. De acuerdo a la encuesta realizada, entre las carnes más consumidas están la de Res, Cerdo, pescado y mariscos. Como punto positivo para nuestro proyecto notamos una gran oportunidad ya que existe un mercado potencial que no conoce de la carne de Avestruz.
2. Encontramos que los consumidores que acuden a restaurantes lo hacen con bastante frecuencia, por lo que existe un mercado consumista potencial para venderle nuestro producto.
3. Hoy encontramos que el consumidor ha comenzado a concientizarse en el consumo de productos sanos, lo cual coincide con el principal atributo de nuestro producto "Saludable". De igual forma estos consumidores dejan de segundo plano el factor precio al momento de decidir comer saludable.
4. Existe un desconocimiento total de que la carne de avestruz es una de las más saludables, lo cual nos indica que debemos hacer énfasis en nuestra estrategia de comunicación para lograr difundir las ventajas y beneficios de nuestro producto.
5. El estudio nos demuestra que todos los consumidores están dispuestos a consumir carne saludable, rica en nutrientes y baja en grasas sin abandonar el gusto al paladar. En conclusión carne de avestruz.
6. Existe una gran oportunidad para explotar nuestra carne de avestruz al tener atributos medicinales que la gente con seguridad apreciara.
7. El 96% de los consumidores entrevistados no ha probado la carne de Avestruz, lo que explica el porqué no la consume con regularidad.

8. El 89% de los consumidores encuestados está dispuesto a probar la carne de avestruz, lo cual nos indica que una vez que el producto sea promocionado lo consumirán.

9. El consumidor de restaurantes de buen nivel está dispuesto a pagar entre 15USD y 20USD el plato de carne de avestruz.



10. El consumidor afirmó que después de conocer todos los beneficios y buena fama en el sabor que tiene la carne de avestruz, preguntara la próxima vez que visite un restaurante por dicha carne a fin de probarla.



12. ANÁLISIS FINANCIERO

12.1 INVERSIÓN

La inversión más fuerte en este proyecto está en el capital de trabajo, en el caso del vehículo no representará una inversión, ya que será alquilado para entregas fuera de la ciudad, en el caso de los equipos de computo se comprará una computadora que la utilizará el gerente de la empresa donde se llevará el control general de la misma y la oficina se adecuará con un escritorio en la oficina del gerente. (ver anexo 6).

12.2 VIABILIDAD DE LA PROPUESTA



De acuerdo a los números proyectados encontramos que los costos fijos para mantener las operaciones de este negocio son relativamente bajos, lo cual es resultado de la maximización de recursos en que nos hemos basado. (ver anexo 7).

Los costos variables versus los costos fijos son un poco altos, esto se debe a que realizaremos un gran énfasis en la difusión y publicidad de nuestro producto para obtener los resultados proyectados. (Ver anexo 8).

El proveedor nos proporcionará 500 kg de carne de avestruz semanal, al mes sería un total de 2000 kg a un precio de compra de \$7, el cual lo vamos a vender a un precio de \$12, dejándonos un margen bruto de utilidad de \$5 por kilo.

En el resultado de pérdidas y ganancias proyectamos vender el primer año 2000 kg a un precio de \$12, para el segundo año esperamos aumentar 1000 kg (equivalente al 50% de incremento en relación al primer año) mensuales a un precio de \$15 y el tercer año aumentaremos 1000 kg (equivalente al 100% de incremento en relación al primer año) mensuales más a un precio esperado de \$18. (Ver anexo 9).

De acuerdo a las ventas y utilidad neta proyectada el porcentaje de rentabilidad de este negocio será del 18%.

De acuerdo a los ingresos y egresos proyectados el punto de equilibrio será de 3490 kg anuales equivalentes a \$41,890. (Ver anexo 10)

12.3 COSTO DE CRIANZA (información adicional)

El precio del avestruz puede variar de acuerdo al tamaño y desarrollo del ave. Si es un pollo (avestruz) de tres meses puede costar entre \$500 y \$600; un ave de un año tiene el doble de precio y un animal reproductor puede cotizarse hasta en \$3500 cada uno. Lo más apropiado para iniciar éste negocio es comenzar por lo menos con un trío (dos hembras y un macho).

Si desea que el negocio sea rentable, es mejor empezar por tener cinco tríos, a un costo de \$52.500 y la alimentación y medicina está alrededor de \$150 por animal. El avestruz es un vertebrado herbívoro: se alimenta de alfalfa o melaza,

maíz u otros alimentos balanceados. Es por su buena alimentación la calidad de su carne. (Ver anexo 11)

En el Ecuador, es una industria relativamente nueva no son más de cinco avestruces que ingresan semanalmente al camal y esto depende de los pedidos recibidos.⁴

13. CONCLUSIONES

- La carne de avestruz es todavía, en términos generales, desconocida por los consumidores a nivel nacional, a pesar de sus buenas cualidades: baja en grasa y rica en proteínas que los otros tipos de carne. por lo tanto visionamos una gran oportunidad en este producto innovador.
- Existe un mercado selectivo que está dispuesto a pagar un precio más elevado por la carne de avestruz (debido a sus atributos) comparado con el resto de carnes ante lo cual este proyecto de distribución resulta factible y atractivo.
- Hemos detectado que el mercado potencial para nuestro producto se encuentra geográficamente cercano a nuestro centro de distribución, por lo que los costos de logística y operaciones en general serán una gran ventaja para el desarrollo del negocio.

14. RECOMENDACIONES

1. Asegurarnos que la producción de carne de avestruz sea la suficiente para cubrir la demanda que esperamos tener.
2. Asegurarnos que la calidad del producto cumpla con los estándares de calidad y tipo de empaque que requieren nuestros clientes potenciales (principales hoteles del país)
3. Asegurar que nuestro personal este calificado para cumplir con las tareas diarias designadas y así brindar productos de calidad y buen servicio a nuestros clientes.
4. Asegurarnos de difundir al menor costo, pero con el mayor impacto posible las características y beneficios de nuestro producto.

⁴ Fuente: Criadero Terravestruz de Riobamba

15. BIBLIOGRAFÍA

- Criadero Terravestruz – Riobamba Ecuador, 032605206 Sr. Régulo Fernandez
- BEJARANO, M S. 2001. Avestruces una Industria que crece. GESTIÓN. (81):46-47.
- CLUB DE AVESTRUZ. <http://www.emlozor.com/clubavestruz/articulos/articulos.htm>.
- GONZALEZ, V. 1991. El futuro del Avestruz en la Industria Avícola Ganadera. Sutton Rancho, Raymondville, ProEcuador, Texas.
- JEFFEREY, J. Emú production. Extension Veterinarian, Texas Agricultural Extension Service. <http://gallus.tamu.edu/1h/ratite/emú.html>.
- MEZA, G. 1995. Explotación de Avestruces, Emús y ñandúes. Memorias XIV Congreso Latinoamericano de Agricultura. Santiago de Ecuador.
- RANCHO ORO NEGRO. Teziutlán, Puebla, México. www.oronegro.com.mx/

Fuentes Electrónicas:

www.sica.gov.ec
www.tlc.org
www.bnf.fin.ec
www.google.com
www.proexport.ec
www.avestruces.com.mx
www.singnet.com.

16. ANEXOS

Anexo 1

Tabla Informativa sobre el Crecimiento del Avestruz

DATOS	VALORES	ACLARACIONES
Talla Adultos	2,10 - 2,40	Puede llegar a 2,75 metros
Crecimiento	25 centímetros al mes	Durante el primer año
Peso de un huevo	1,3 - 1,6 kilos	Equivale a 24 huevos de gallina
Peso vivo	90 a 110 kilos	Puede llegar a los 200 Kg
Alimentacion	Herbívora	Existen piensos en el mercado
Unidad de Producción	1 macho y 2 hembras	También 1 macho y a hembra
Mortalidad en las primeras semanas	25 a 30%	Es muy variable. El avestruz es delicado
Madurez sexual	2,5 a 3 años	En las hembras se da primero

FUENTE: Dabrowski, Gregorio. Médico Veterinario. Venezuela

ELABORACION: CIC - CORPEI

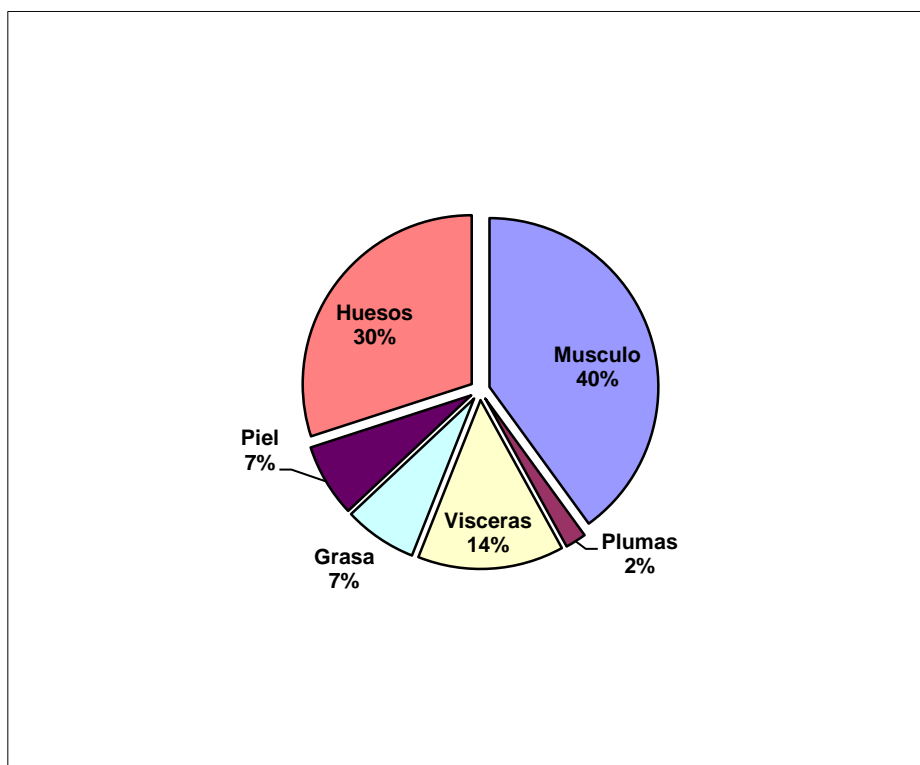
Anexo 2

Tabla nutricional de carne de avestruz

100 Gramos de Carne	Colesterol (mgrs)	Calorías (kcal)	Grasas (grs)	Proteínas (%)
Avestruz	49	97	1.7	23.2
Pollo	73	140	3.0	27.0
Pavo	59	135	3.0	25.0
Res	77	240	15.0	23.0
Cordero	78	207	13.0	22.0
Cerdo	84	275	19.0	24.0

Fuente: The American Ostrich Association

Anexo3
Distribución del Avestruz



Fuente: Criadero Terravestruz

Anexo 4
Cortes de Carne de Avestruz



Fuente: Criadero Terravestruz

Anexo 5

Preguntas de la Encuesta Realizada:

1. Qué tipo de comida prefiere usted cuando concurre a un restaurante:
 - Carne de res
 - Carne de cerdo
 - Carne de pollo
 - Carne de Pavo
 - Carne de avestruz
 - Pescado
 - Mariscos

2. Cuantas veces al mes consume usted carne en un restaurante:
 - Una
 - Dos
 - Tres
 - Más de tres

3. En el momento de decidir el plato que va a ordenar en un restaurante, usted primero piensa en:
 - Precio
 - Saludable
 - Solo se deja llevar por su impulso al gusto

4. Conoce usted que carne es más saludable consumir:
 - Carne de res
 - Carne de cerdo
 - Carne de pollo
 - Carne de avestruz
 - Pescado
 - Mariscos
 - Carne de Pavo

5. Le gustaría consumir una carne rica en nutrientes, baja en colesterol y muy sabrosa:
 - Si
 - No

6. Sabía usted que a la carne de avestruz contiene atributos medicinales:
 - Si
 - No

7. A consumido alguna vez carne de avestruz:
 - Si
 - No

8. Estaría dispuesto a probar la carne de avestruz:
 - Si
 - No

9. Conociendo que la carne de avestruz es muy nutritiva, baja en colesterol, tiene atributos medicinales y su sabor es inigualable, cuanto estaría usted dispuesto a pagar por un plato gourmet de esta carne en un restaurante:

- \$10 USD
- \$15 USD
- \$20 USD
- \$25 USD
- No le importaría el precio

10. Conociendo ya usted de la carne de avestruz y sus atributos, preguntara la próxima vez que visite un restaurante por un plato que contenga dicha carne:

- Si
- No

Anexo 6

INVERSIÓN

Muebles y Enseres	850.00	
Equipo Computacion y perifericos	1,200.00	
Equipos (maquina de pesar, carritos trasportadores)	1,500.00	
Capital de Trabajo	14,000.00	(2,000 kilos * usd7.00)
TOTAL	17,550.00	

VIDA ÚTIL DE ACTIVOS

Activos	Años	Dep. Anual
Equipo de Computo	3	400
Muebles y Enseres	10	85
Maquinarias y Equipos	10	150
Depreciación mensual		52.92

Anexo 7

COSTOS FIJOS MENSUALES (usd)

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Arriendo Cámara de Frío	600.00	7,200.00
Sueldo Administrador-Propietario	1,200.00	14,400.00
Ayudante	250.00	3,000.00
Agua	30.00	360.00
Luz	200.00	2,400.00
Telefono e Internet	70.00	840.00
Serv. Tercerizado Transporte	800.00	9,600.00
Gastos de Oficina	50.00	600.00
TOTAL	3,200.00	38,400.00

Anexo 8

COSTOS VARIABLES MENSUALES

Publicidad	2,000.00
TOTAL	2,000.00

Anexo 9

ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS

Del 31/01/2009 al 31/12/2009

Flujo proyectado a 3 años

	AÑO 0	AÑO 2009												Año	Año
		enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	2010	2011
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	\$ 17,550.00														
INGRESOS															
Mensual	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 15.00	\$ 18.00
Ventas (KG)	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	1,500.00	1,000.00	36,000.00	48,000.00
TOTAL INGRESOS	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00	\$ 18,000.00	\$ 12,000.00	\$ 540,000.00	\$ 864,000.00
COSTOS															
Costos Directos															
Materia Prima															
Semanal	500 kg	500 kg	500 kg	500 kg	500 kg	500 kg	500 kg	500 kg	500 kg	500 kg	375 kg	250 kg	750 kg	1000 kg	
Carne x Kg Mensual	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	1500	1000	3000	4000
Total MP	\$ 14,000.00	\$ 14,000.00	\$ 14,000.00	\$ 14,000.00	\$ 14,000.00	\$ 14,000.00	\$ 14,000.00	\$ 14,000.00	\$ 14,000.00	\$ 14,000.00	\$ 14,000.00	\$ 10,500.00	\$ 7,000.00	\$ 324,000.00	\$ 528,000.00
Salarios	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 18,000.00	\$ 21,600.00
Servicios Básicos	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 4,800.00	\$ 6,000.00
Serv.Tercerizado Transp.	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 13,200.00	\$ 15,600.00
Arriendo	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 10,200.00	\$ 13,200.00
Total Costos Operación	\$ 14,600.00	\$ 14,600.00	\$ 14,600.00	\$ 14,600.00	\$ 14,600.00	\$ 14,600.00	\$ 14,600.00	\$ 14,600.00	\$ 14,600.00	\$ 14,600.00	\$ 14,600.00	\$ 11,100.00	\$ 7,600.00	\$ 334,200.00	\$ 541,200.00
Gastos de oficina	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 960.00	\$ 1,140.00
Total Costos Directos	\$ 14,650.00	\$ 14,650.00	\$ 14,650.00	\$ 14,650.00	\$ 14,650.00	\$ 14,650.00	\$ 14,650.00	\$ 14,650.00	\$ 14,650.00	\$ 14,650.00	\$ 14,650.00	\$ 11,150.00	\$ 7,650.00	\$ 335,160.00	\$ 542,340.00
Costos Indirectos															
Ayudante	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 3,600.00	\$ 8,400.00
Publicidad	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 21,600.00	\$ 18,000.00
Total Costos Indirectos	\$ 2,250.00	\$ 2,250.00	\$ 2,250.00	\$ 2,250.00	\$ 2,250.00	\$ 2,250.00	\$ 2,250.00	\$ 2,250.00	\$ 2,250.00	\$ 2,250.00	\$ 2,250.00	\$ 2,250.00	\$ 2,250.00	\$ 25,200.00	\$ 26,400.00
TOTAL COSTOS	\$ 16,900.00	\$ 16,900.00	\$ 16,900.00	\$ 16,900.00	\$ 16,900.00	\$ 16,900.00	\$ 16,900.00	\$ 16,900.00	\$ 16,900.00	\$ 16,900.00	\$ 16,900.00	\$ 13,400.00	\$ 9,900.00	\$ 360,360.00	\$ 568,740.00
UTILIDAD BRUTA	\$ 7,100.00	\$ 7,100.00	\$ 7,100.00	\$ 7,100.00	\$ 7,100.00	\$ 7,100.00	\$ 7,100.00	\$ 7,100.00	\$ 7,100.00	\$ 7,100.00	\$ 7,100.00	\$ 4,600.00	\$ 2,100.00	\$ 179,640.00	\$ 295,260.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 1,065.00	\$ 1,065.00	\$ 1,065.00	\$ 1,065.00	\$ 1,065.00	\$ 1,065.00	\$ 1,065.00	\$ 1,065.00	\$ 1,065.00	\$ 1,065.00	\$ 1,065.00	\$ 690.00	\$ 315.00	\$ 26,946.00	\$ 44,289.00
IMPUESTO A LA RENTA (25%)	\$ 1,775.00	\$ 1,775.00	\$ 1,775.00	\$ 1,775.00	\$ 1,775.00	\$ 1,775.00	\$ 1,775.00	\$ 1,775.00	\$ 1,775.00	\$ 1,775.00	\$ 1,775.00	\$ 1,150.00	\$ 525.00	\$ 44,910.00	\$ 73,815.00
(+) Depreciación	\$ 52.92	\$ 52.92	\$ 52.92	\$ 52.92	\$ 52.92	\$ 52.92	\$ 52.92	\$ 52.92	\$ 52.92	\$ 52.92	\$ 52.92	\$ 52.92	\$ 52.92	\$ 635.04	\$ 635.04
UTILIDAD NETA	\$ (17,550.00)	4,312.92	4,312.92	4,312.92	4,312.92	4,312.92	4,312.92	4,312.92	4,312.92	4,312.92	4,312.92	2,812.92	1,312.92	108,419.04	177,791.04

VAN	\$ 40,984.76
TIR	22%
CC	14%
PAY BACK	4 MESES

Anexo 10

PUNTO DE EQUILIBRIO = OPERACIONAL	$\frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PVTA UNITARIO-CTO VARIABLE}} = \frac{38,400.00}{11.00} = \mathbf{3,490.91}$	KILOS ANUAL
PUNTO DE EQUILIBRIO = OPERACIONAL	$\frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - (\text{COSTO VARIABLE UNITARIO})} = \frac{38,400.00}{0.92} = \mathbf{41,890.91}$	DOLARES
COSTO VARIABLE UNITARIO =	$\frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\# \text{ UNIDADES}} = \frac{2,000}{2,000.00} = \mathbf{\$1.00}$	COSTO VARI/A

Anexo 11

Costo de Alimento

Alimento Balanceado (1 saco)	\$12.18
Alimento Preparado (1 saco)	\$10.50
Alfalfa (40 Kg)	\$7.02
Maíz Molido (40 Kg)	\$7.60
Polvillo (40 Kg)	\$7.40

Fuente: Balanceados Calderón S.A

Otros Anexos

Número de Aves según Crianza y Especies

TABLA 48: NUMERO DE AVES EN LAS UPAs POR MOVIMIENTO, SEGUN TIPO DE CRIANZA Y ESPECIES
(Definiciones, períodos, significados de abreviaciones y símbolos, ver texto)

AVES		Compras	Autoconsumo	Ventas
AVES CRIADAS EN CAMPO	Pollos y pollas	948.050	839.411	294.386
	Gallos y gallinas	228.682	1.401.901	331.285
	Patos	21.252	64.915	17.607
	Pavos	7.884	4.451	5.490
AVES CRIADAS EN PLANTELES AVICOLAS	Pavos	55.701	.	112.540
	Pollitas (menos de 4 semanas)	2.000.672	.	4.970.380
	Pollonas (de 4 a 16 semanas)	1.189.488	.	698.811
	Ponedoras (de 16 semanas y más)	1.521.760	.	540.891
	Reproductoras de huevos fértiles livianas	18.424	.	18.974
	Reproductoras de huevos fértiles pesadas	453.879	.	803.809
	Pollos de engorde	29.023.904	.	30.711.692
	Avestruces	100	.	198
	Codornices	7.525	.	30.792

Aves por Ubicación de Crianza

TABLA 46: NUMERO DE UPAs POR TAMAÑOS, SEGUN EXISTENCIA DE AVES

(Definiciones, períodos, significados de abreviaciones y símbolos, ver texto)

AVES		TOTAL NACIONAL	TAMAÑOS DE UPA										
			Menos de 1 Hectárea	De 1 hasta menos de 2 Has.	De 2 hasta menos de 3 Has.	De 3 hasta menos de 5 Has.	De 5 hasta menos de 10 Has.	De 10 hasta menos de 20 Has.	De 20 hasta menos de 50 Has.	De 50 hasta menos de 100 Has.	De 100 hasta menos de	De 200 hectáreas y más	
AVES CRIADAS EN CAMPO	Pollos y pollas	UPAs	462.691	114.284	60.440	43.156	51.029	61.572	48.896	50.199	22.708	7.590	2.815
		Número	4.896.788	827.679	512.840	393.853	518.988	708.973	638.832	736.535	351.904	135.117	72.068
	Gallos y gallinas	UPAs	525.306	125.976	71.387	50.286	60.520	70.362	54.607	55.860	24.706	8.403	3.200
		Número	4.275.405	638.386	424.295	338.951	452.295	617.778	560.039	681.011	338.457	141.524	82.668
	Patos	UPAs	74.309	8.668	6.931	5.717	8.675	12.079	10.957	11.838	6.155	2.292	996
		Número	404.672	37.718	32.074	27.959	51.139	64.894	63.011	65.729	36.461	16.994	8.694
	Pavos	UPAs	30.931	3.006	2.759	2.407	3.425	5.325	4.597	5.155	2.732	1.064	462
		Número	117.758	9.546	10.751	9.190	13.339	20.692	16.502	19.164	11.020	5.012	2.542
AVES CRIADAS EN PLANTELES AVICOLAS	Pollitas (menos de 4 semanas)	UPAs	862	234	130	37	87	82	84	124	59	10	15
		Número	1.577.722	122.746	127.692	164.090	78.608	98.443	187.256	536.622	88.251	98.160	75.854
	Pollonas (de 4 a 16 semanas)	UPAs	923	395	63	100	72	60	59	91	40	28	16
		Número	2.089.226	197.566	113.982	178.528	176.707	233.033	342.870	293.896	219.550	241.518	91.577
	Ponedoras (de 16 semanas y mas)	UPAs	712	213	75	80	72	62	62	79	32	21	18
		Número	6.714.654	314.570	362.626	431.625	393.383	1.172.813	517.731	2.351.809	157.629	717.906	294.563
	Reproductoras de huevos fértiles livianas	UPAs	47	12	.	*	.	6	15	9	*	*	*
		Número	226.496	11.327	.	*	.	4.175	96.898	65.329	*	*	*
	Reproductoras de huevos fértiles pesadas	UPAs	58	*	*	.	*	12	15	9	9	*	*
		Número	1.787.998	*	*	.	*	261.617	425.682	249.655	196.098	*	*
	Pollos de engorde	UPAs	2.270	602	351	183	212	250	155	278	124	77	38
		Número	19.595.058	356.088	978.717	406.883	556.544	1.568.548	380.831	6.523.697	755.745	6.966.384	1.101.521
	Avestruces	UPAs	14	*	.	*	*	*
		Número	1.161	*	.	*	*	*
	Pavos	UPAs	31	*	*	3	.	.	.
		Número	106.001	*	*	105.434	.	.	.
Codornices	UPAs	172	67	51	*	12	21	.	12	*	.	*	
	Número	207.179	8.768	142	*	155.417	39.617	.	2.566	*	.	*	

* La información correspondiente se oculta en salvaguarda de la confidencialidad estadística individual

III CENSO NACIONAL AGROPECUARIO-DATOS NACIONALES ECUADOR

INEC-MAG-SICA

Producción en el Ecuador de Aves

TABLA 7: NUMERO DE UPAs Y AVES POR ESPECIES, SEGUN REGIONES Y PROVINCIAS

(Definiciones, períodos, significados de abreviaciones y símbolos, ver texto)

TABLA 7: NUMERO DE UPAs Y AVES POR ESPECIES, SEGUN REGIONES Y PROVINCIAS

(Definiciones, períodos, significados de abreviaciones y símbolos, ver texto)

REGIONES Y PROVINCIAS	AVES CRIADAS EN CAMPO								AVES DE PLANTELES AVICOLAS								AVES DE PLANTELES AVICOLAS				PRODUCCION DE HUEVOS DE GALLINA								
	GALLOS GALLINAS Y POLLOS		PATOS		PAVOS		PAVOS		POLLITOS (AS)		POLLINAS		PONEADORAS		REPRODUCTORAS		POLLOS DE ENGORDE		AVES DE PLANTELES AVICOLAS	CODORNICES		TOTAL		DE CAMPO		DE PLANTELES AVICOLAS			
	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero		UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero		
TOTAL NACIONAL	582.492	9.172.193	74.309	404.672	30.931	117.758	31	106.001	682	1.577.722	929	2.089.226	712	6.714.654	82	2.014.494	2.270	19.596.659	TOTAL NACIONAL	14	1.161	172	207.179	982.218	48.596.675	391.741	6.773.626	578	41.823.050
REGION SIERRA	384.043	4.477.241	20.734	80.451	11.174	37.128	"	"	446	937.206	552	1.452.840	476	3.947.382	46	1.059.272	969	15.736.919	REGION SIERRA	6	913	150	205.802	255.544	26.448.523	255.167	3.925.375	433	22.524.148
REGION COSTA	146.773	3.688.960	45.881	280.518	17.372	72.876	"	"	330	604.342	316	633.172	208	2.765.472	28	929.091	945	2.636.794	REGION COSTA	8	248	"	"	105.645	21.271.599	105.756	2.115.231	130	19.156.368
RESTO [Ⓢ]	41.676	1.025.592	7.694	43.703	2.385	7.754	"	"	85	36.174	55	3.213	28	1.801	8	29.130	356	1.249.644	RESTO [Ⓢ]	"	"	"	"	30.829	675.553	30.816	733.020	15	142.534

REGION SIERRA																REGION SIERRA															
Provincia	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero			
Azuay	74.523	737.993	3.393	11.022	1.054	3.091	"	"	62	16.396	119	10.078	42	15.851	"	"	161	286.929	Azuay	"	"	"	"	48.026	740.330	48.023	710.730	35	29.800		
Bolíver	31.473	522.487	3.372	13.878	1.184	4.148	"	"	5	2.886	"	"	"	"	"	"	10	5.657	Bolíver	"	"	"	"	22.708	358.236	22.707	340.794	"	"		
Cañar	24.004	241.784	2.491	7.380	436	934	"	"	57	5.181	6	10.223	31	17.110	9	1.493	46	95.338	Cañar	"	"	13	30.000	16.423	340.887	16.400	248.137	26	91.549		
Cañar	8.700	102.478	250	953	210	568	"	"	13	23.792	5	5.393	"	"	9	215.687	13	137.272	Cañar	"	"	7	44	6.080	908.722	6.071	94.398	9	814.333		
Cotacachi	44.910	440.389	1.653	5.847	1.112	3.763	"	"	40	43.778	109	189.973	61	215.588	"	"	130	74.056	Cotacachi	"	"	"	"	27.289	2.214.914	27.238	339.838	29	1.864.778		
Chimborazo	54.030	388.655	1.807	6.045	873	2.637	"	"	32	16.800	15	30.049	8	28.208	"	"	49	344.534	Chimborazo	"	"	13	2.491	34.252	573.481	34.249	408.444	8	165.037		
Imbabura	21.359	291.731	388	1.805	303	1.295	"	"	15	242.458	12	47.284	"	"	"	"	25	1.081.173	Imbabura	"	"	31	5.289	12.623	680.142	12.618	169.455	5	510.888		
Loja	52.632	857.169	3.762	17.388	3.996	14.728	"	"	18	2.475	"	"	48	5.616	"	"	132	354.656	Loja	"	"	"	"	43.443	882.036	43.396	870.894	"	"		
Piñincha	39.296	618.160	2.916	13.200	1.686	5.032	"	"	77	340.215	110	743.219	82	2.104.018	14	644.446	265	13.326.530	Piñincha	"	"	72	156.308	24.104	11.848.516	24.112	436.413	73	11.412.102		
Tungurahua	42.999	342.595	912	2.923	319	932	"	"	128	245.626	158	437.676	187	1.536.759	6	4.175	142	50.708	Tungurahua	"	"	10	2.386	20.544	7.892.760	20.355	285.502	187	7.807.257		

REGION COSTA																REGION COSTA															
Provincia	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero			
El Oro	11.844	211.177	1.460	8.449	703	1.755	"	"	78	132.103	80	139.789	9	12.388	"	"	204	252.789	El Oro	"	"	"	"	9.278	153.441	9.277	152.120	"	"		
Esmeraldas	10.778	267.788	3.453	20.767	1.309	4.258	"	"	"	"	9	14.821	17	947	"	"	66	34.220	Esmeraldas	"	"	"	"	7.076	157.210	7.075	155.698	"	"		
Guayas	43.579	1.038.304	17.984	128.461	8.234	41.046	"	"	151	72.196	122	98.193	23	140.476	"	"	349	1.998.518	Guayas	"	"	"	"	29.307	1.771.160	29.297	598.657	14	1.174.503		
Los Rios	27.819	723.576	9.001	48.832	2.387	8.363	"	"	60	30.651	24	1.420	"	"	"	"	111	135.751	Los Rios	"	"	"	"	19.708	2.820.236	19.702	328.178	5	2.491.058		
Manabí	52.991	1.436.515	14.003	73.989	4.758	17.454	"	"	55	385.304	45	347.388	135	2.610.141	16	485.657	218	1.873.517	Manabí	"	"	"	"	40.477	16.369.551	40.416	881.578	100	15.487.973		

REGION AMAZONICA																REGION AMAZONICA															
Provincia	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero			
Manabí	11.905	250.971	3.438	21.303	886	3.299	"	"	41	9.268	28	1.049	"	"	"	"	96	70.357	Manabí	"	"	"	"	8.383	193.688	8.382	187.998	"	"		
Napo	3.942	64.238	291	1.725	61	241	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	85	19.874	Napo	"	"	"	"	2.532	159.236	2.531	54.131	"	"		
Pastaza	3.689	76.219	338	2.082	137	490	"	"	8	355	"	"	"	"	"	"	55	40.477	Pastaza	"	"	"	"	2.144	40.478	2.144	40.428	"	"		
Zamora Chinchipe	6.818	153.715	1.589	8.326	804	2.520	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	30	15.353	Zamora Chinchipe	"	"	"	"	5.508	144.782	5.503	144.860	"	"		
Sucumbios	6.688	180.142	608	2.946	160	356	"	"	9	18.619	19	735	"	"	"	"	41	1.438	Sucumbios	"	"	"	"	5.256	114.912	5.256	114.912	"	"		
Orellana	4.989	148.675	526	2.679	75	130	"	"	17	4.099	"	"	"	"	"	"	17	5.035	Orellana	"	"	"	"	3.927	110.811	3.927	107.508	"	"		

REGION INSULAR																REGION INSULAR															
Provincia	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero			
Cabecapasa	393	21.517	53	426	10	42	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	5	3.738	Cabecapasa	"	"	"	"	273	38.933	270	9.108	"	"		

ZONAS EN CONFLICTO																ZONAS EN CONFLICTO															
Provincia	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero	UPAs	Numero			
Las Golondrinas	142	3.018	54	251	47	180	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	Las Golondrinas	"	"	"	"	106	2.259	106	2.259	"	"		
La Concordia	1.314	33.418	250	1.229	58	127	"	"	6	608	"	"	"	"	"	"	16	1.080.053	La Concordia	"	"	"	"	901	25.139	897	21.866	"	"		
Manga del Cura	1.580	54.167	477	2.306	121	329	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	Manga del Cura	"	"	"	"	1.418	43.670	1.418	43.670	"	"		
El Piedero	426	8.498	88	430	27	80	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	6	1.934	El Piedero	"	"	"	"	380	6.883	380	6.883	"	"		

[Ⓢ] Resto = Amazonia + Insular + Zonas en conflicto

* La información correspondiente se oculta en salvaguarda de la confidencialidad estadística individual

[Ⓢ] Resto = Amazonia + Insular + Zonas en conflicto

* La información correspondiente se oculta en salvaguarda de la confidencialidad estadística individual