






Universidad Politécnica de Nicaragua
“Sirviéndole a la Comunidad”.

Plan de Negocio

Producción y comercialización de pitahaya.

Autores:

-  **José Rodolfo Guzmán Solórzano.**
-  **Marcela Guadalupe Mayorga Siézar**
-  **Lilliam Eliuth Obando Membreño.**

Carrera:

-  **Contaduría Pública y Finanzas.**

Noviembre 20
Rivas, Nicaragua.



DEDICATORIA:

A mi Padre Celestial, por permitirme estar vivo y darme la fortaleza cada día, con la cual he llegado hasta donde estoy, culminando una etapa muy importante que enmarca parte de mi futuro, el cual siempre con ayuda de Él, seguiré adelante por el camino que tiene preparado para mi Vida.

A mi madre Auxiliadora Solórzano, quien siempre ha estado apoyándome en cada etapa de mi vida, dándome la base suficiente para estar en esta etapa y a mi Padre, Benito Guzmán, quien no ha reparado en apoyarme y brindarme lo que he necesitado para mi formación profesional.

José Rodolfo Guzmán Solórzano.

A Dios, por darme la fortaleza y la sabiduría de poder culminar esta etapa tan importante en mi vida.

A mi madre Rosa María Siézar por darme su apoyo incondicional, cariño, consejos y motivación.

Marcela G. Mayorga Siézar.

A Dios, por ser una fuente de fe y fortaleza por darme la sabiduría e inteligencia necesaria para poder culminar con mucho esfuerzo esta etapa de mi vida.

A mi madre, esposo e hija por su apoyo incondicional, amor, comprensión y consejos, siendo ellos una fuente de inspiración para el logro de mis objetivos.

Lilliam Eliuth Obando Membreño.



AGRADECIMIENTOS:

A mi Familia, quien representa parte muy importante por la cual culmino mis estudios, a los profesores que me han brindado su apoyo, compartiendo de sus conocimientos a lo largo de estos 5 años, a mis compañeras de grupo, quienes han demostrado un gran interés por su carrera profesional y más en esta etapa de culminación en la que han estado presente y atentas a su trabajo y desempeñándose de la mejor manera.

José Rodolfo Guzmán Solórzano.

A mi familia en especial al Ing. Harlen Montiel por su apoyo incondicional, y a su esposa María Mathar Siézar, por apoyo, hospitalidad y consejos.

A los Ing. Agr. Guillermo Ponce y Héctor Pérez así como también al Sr. Marlon Hernández por brindarnos la información necesaria para el desarrollo de este trabajo.

A todos y cada uno de los docentes que compartieron cada uno de sus conocimientos en especial al Lic. Justo Emilio Obregón por su comprensión, amistad y cariño hacia mi persona.

Marcela G. Mayorga Siézar.

A ing. Guillermo Ponce e Iván Uriarte por brindarnos la información necesaria para la realización de este proyecto y ayuda incondicional.

A ing. Harlen Montiel, por ser esa persona especial ya que dedicó el tiempo, ayuda, y conocimientos adquiridos para la culminación de este proyecto.

A productor Marlon Hernández y Salomé Aguirre por su atención e información brindada.

Lilliam Eliuth Obando Membreño.



Contenido

DEDICATORIA: 2

AGRADECIMIENTOS:..... 3

OBJETIVOS: 9

Objetivo General: 9

Objetivos Específicos: 9

Aporte Del Proyecto A La Economía Local/Nacional: 10

Perfil estratégico: 11

Misión:..... 11

Visión: 11

Valores: 11

..... 12

I. PLAN DE MARKETING 12

INTRODUCCIÓN:..... 13

1.1 Análisis Del Entorno..... 14

Ambiente Económico:..... 14

Ambiente Socio Cultural: 16

 Demografía de Rivas: 16

 Demografía de San Jorge: 17

 Actividad agrícola: 18

 Cultura Del Departamento: 18

Ambiente Político Legal: 19

Ambiente Tecnológico:..... 20

Ambiente Natural: 20

1.2 Análisis Del Sector. 21

Análisis De Las Cinco Fuerzas De Porter:..... 21

Amenaza De Nuevos Productos: 22

Poder De Negociación De Los Proveedores: 23

Poder De Negociación De Los Compradores:..... 23



- Rivalidad Competitiva:**..... 24
- Productos Sustitutos:** 24
- 1.3 FODA:..... 25
- 1.4 Investigación De Mercados:..... 25
- Metodología** 25
 - Tipo de investigación: 25
 - Fuentes De Datos:..... 26
 - Investigación Descriptiva Concluyente: 26
- 1.5 Población:** 27
- 1.6 Muestra:** 27
- 1.7 Procesamiento y Análisis De Datos:**..... 28
- 1.8 Descripción Del Producto/Servicio:** 28
- Especificaciones Del Producto:** 29
- Niveles Del Producto:** 29
- Pitahayeros Del Sur Constará De 2 Niveles:**..... 30
- 1.9 Análisis De La Competencia:..... 31
- 1.10 Objetivos De Marketing:** 31
- 1.11 Descripción Del Mercado Meta:**..... 32
- 1.12 Demanda y Participación De Mercado:** 33
- 1.13 Estrategias De Marketing 35
 - Estrategia De Posicionamiento:**..... 35
 - Estrategia De Segmentación De Mercado:**..... 36
- 1.14 Plan De Acción 36
 - Estrategia De Producto:** 36
 - Estrategia De Precio:**..... 37
 - Estrategia De Promoción:**..... 37
 - 1.15 Estrategia De Distribución:**..... 39
- 1.16 Proyecciones De Ventas: 39
- 2. PLAN DE PRODUCCIÓN..... 41
- INTRODUCCIÓN:..... 42
- 2.1 Ciclo Productivo De Pitahayeros Del Sur: 43



2.2	Maquinaria y Equipo Para Producción:.....	46
3	PLAN ORGANIZATIVO	51
	INTRODUCCIÓN:	52
3.1	Forma De La Empresa:	53
3.2	Estructura Organizativa:	53
3.3	Organigrama De Pitahayeros Del Sur:	55
3.4	Plan Salarial:	59
3.5	Contratación de Servicios:	59
3.6	Inversión en Mobiliario:	62
3.7	Ingeniería	62
3.8	Diseño:	63
	PLAN FINANCIERO.....	66
	INTRODUCCION	67
4.1	Inversión Inicial para el proyecto.	68
4.2	Proyección de Ingresos por venta de Productos.	69
4.3	Proyección de Costos Variables	70
4.4	Proyección de Costos Fijos.	71
1.17	Programa de Depreciación para los Activos Fijos	73
4.6	Plan de financiamiento de recursos para la ejecución del proyecto	74
4.7	Plan de Amortización de la Deuda	75
4.9	Indicadores de Evaluación Financiera	78
	BALANCE DE APERTURA	79
4.10	Punto de equilibrio:	82
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:	85
	ANEXOS:	86



RESUMEN EJECUTIVO:

El presente plan de negocio de Pitahayeros del sur, constituye la forma de culminación de estudios de sus actores, para optar al título de Lic. En Contaduría, Pública y Finanzas, otorgado por la facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Politécnica De Nicaragua (UPOLI).

La idea del negocio surge en el tercer trimestre del presente año, debido a la necesidad de adquisición de este producto para los comerciantes y restaurantes los cuales, tienen que viajar hacia otros departamentos para su posterior comercialización, ya que en la ciudad de Rivas no existe agricultores de dicha fruta, es de ahí que se pensó crear un plan de negocio de una empresa Productora y Comercializadora de Pitahaya.

Pitahayeros del sur es una empresa productora y comercializadora de pitahayas obteniendo una gama de diversificación de variedades de pitahayas según las preferencias del consumidor. Los principales clientes serán los comerciantes de frutas y verduras así como los restaurantes ubicados en el departamento de Rivas. La competencia actual se encuentra en los departamentos de: Carazo, Masaya y Managua.

Dicha empresa estará ubicada en el municipio de San Jorge (Apataco) Rivas, en esta localidad se realizarán las actividades productivas de pitahaya y la comercialización en el municipio de Rivas siendo así la dirección de la misma de los semáforos del mercado cuadra y media al norte, se escogió este lugar por ser una zona concurrida y céntrica lo que implica ahorro de transporte así mismo por tener costos de alquiler y servicios básicos no tan elevados. Por otra parte las pitahayas serán distribuidas por medios de rutas establecidas entre los municipios del departamento.



Producción y comercialización de pitahaya

Pitahayeros del sur está constituida como MIPYME, conformado por un propietario José Rodolfo Guzmán, en la cual se pretende separar el capital de la empresa del personal.

La inversión para iniciar para iniciar el negocio es de U\$ 70,000.00 dólares, las evaluaciones de indicador financiera tienen una VAN U\$ 134, 681.23 dólares, con una tasa de descuento del 21% y una tasa de rentabilidad del 81.29% y una relación beneficio costo de 5.49 U\$ es decir que por cada dólar invertido se recuperara 4.49 dólar de ganancia neta.



OBJETIVOS:

Objetivo General:

- ✓ Elaborar un plan de negocio que permita conocer la viabilidad financiera de la empresa productora y comercializadora *Pitahayeros del sur*, en el departamento de Rivas.

Objetivos Específicos:

- ✓ Diseñar un plan de mercadeo que permita analizar la viabilidad de comercialización de pitahayas, a través de los intermediarios en el departamento.
- ✓ Identificar la estructura apropiada de la organización de la empresa y las actividades a realizarse previo a la puesta en marcha del negocio, así como sus costos.
- ✓ Evaluar la rentabilidad y rendimiento financiero que se podría obtener con la apertura de una empresa de productora y comercializadora de pitahayas



Aporte Del Proyecto A La Economía Local/Nacional:

Pitahayeros del sur, además de generar ingresos, también aportará a la economía nacional y al municipio, ya que la empresa estará constituida legalmente, por lo tanto se pagarán impuestos tributarios y municipales establecidos en el país.

Durante el periodo de cinco años se darán los siguientes aportes:

Aporte a la Dirección General de Ingresos en concepto de cuota fija por realización de actividad económica por un valor de \$ 412.55, al Instituto Nacional tecnológico (INATEC) con un total de \$ 1, 190.58, también se harán al Instituto Nicaragüense de Seguridad Social por la cantidad de \$ 11, 310.50 en concepto de régimen social.

Además de la contratación de cuatro personas capacitadas para desarrollar las funciones de la entidad, devengarán un salario superior a lo establecido por el Ministerio de trabajo (MITRAB).

Así mismo la creación de este negocio será una alternativa para los consumidores potenciales del departamento de Rivas, ya que podrá consumir productos con altos estándares de calidad e higiene.



Perfil estratégico:

Misión:

Somos una empresa productora y comercializadora de pitahaya en el sur de Nicaragua, logrando posicionarnos en el mercado rivense, de esta manera, satisfacer y suplir las necesidades de nuestros clientes y proveedores, ofreciendo producto con altos estándares de calidad, higiene, precios y atención especializada.

Visión:

Ser la empresa líder en el mercado rivense en producción y comercialización de pitahaya, más importantes del país, contribuyendo a elevar el nivel de vida de sus trabajadores, proveedores y clientes.

Valores:

- Responsabilidad: Compromiso Moral-profesional con clientes y proveedores.
- Trabajo en equipo: Comprometidos con el desarrollo de la empresa y satisfacción de los clientes.
- Calidad: Ofreciendo los mejores productos a nuestros clientes.
- Innovación: Fomentando nuevas ideas que impulsen nuestro liderazgo.

I. PLAN DE MARKETING



Objetivos:

- ✓ Identificar a la demanda potencial de *Pitahayeros del sur*.
- ✓ Analizar la competencia directa e indirecta de la entidad.
- ✓ Implementar estrategias de posicionamiento en el mercado que permitan mantenernos en activos como empresa.

Programación de contenido:

- ✓ Análisis del entorno y sector.
- ✓ Investigación de mercado.
- ✓ Descripción del producto.
- ✓ Análisis de la competencia
- ✓ Descripción del mercado meta.
- ✓ Demanda y participación del mercado.
- ✓ Estrategias de marketing
- ✓ Plan de acción
- ✓ Proyecciones de ventas.

INTRODUCCIÓN:

El plan de marketing es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva. Puesta en marcha la empresa quedarán fijadas las diferentes actuaciones que deben realizarse en el área del marketing, para alcanzar los objetivos marcados. Este no se puede considerar de forma aislada dentro de la compañía, sino totalmente coordinado y congruente con el plan estratégico, siendo necesario realizar las correspondientes adaptaciones con respecto al plan general de la empresa, ya que es la única manera de dar respuesta válida a las necesidades y temas planteados.

En marketing, es como en cualquier otra actividad gerencial, toda acción que se ejecuta sin la debida planificación supone al menos un alto riesgo de fracaso o amplio desperdicio de recursos y esfuerzos. Si una acción no planificada tiene éxito, nos deberíamos preguntar qué hubiésemos conseguido de más al operar bajo un plan. Intentar que un proyecto triunfe sin servirse de un plan de marketing es como tratar de navegar en un mar tempestuoso sin cartas marítimas ni destino claro.

El plan de marketing proporciona una visión clara del objetivo final y de lo que se quiere conseguir en el camino hacia la meta, a la vez informa con detalle de la situación y posicionamiento en los que nos encontramos, marcándonos las etapas que se han de cubrir para su consecución. Tiene la ventaja añadida de que la recopilación y elaboración de datos necesarios para realizar este plan permite calcular cuánto se va a tardar en cubrir cada etapa, dándonos así una idea clara del tiempo que debemos emplear para ello, qué personal debemos destinar para alcanzar la consecución de los objetivos y de qué recursos económicos debemos disponer.

En el plan de marketing aborda sobre el tipo de estrategia sobre el análisis de la situación actual de la idea de negocio, estrategias y programa de acción que tomará la empresa como tal.



1.1 Análisis Del Entorno.

Ambiente Económico:

Para el análisis del entorno económico es necesario distinguir los factores que pueden afectar la producción y comercialización de la pitahaya las cuales son:

- El producto interno bruto (PIB)
- La inflación
- El desempleo, entre otros.

Según los datos emitidos por el Banco Central de Nicaragua con respecto al informe trimestral del Producto Interno Bruto (PIB)¹, en el primer trimestre del 2016, la economía nicaragüense registró un crecimiento interanual de 4.1 por ciento y un crecimiento promedio anual de 4.8 por ciento en los datos originales, según la estimación preliminar del PIB trimestral (PIBT) a precios promedio de 2006. En el enfoque de la producción, las actividades con más dinamismo fueron: Pesca, hoteles y restaurantes, intermediación financiera, agricultura y comercio, principalmente.

La agricultura mostró un aumento de 6.7 por ciento en el primer trimestre, resultado de la mayor producción en los cultivos de café, caña de azúcar, los granos básicos maíz y frijol. Se observó bajas en la producción de arroz, sorgo, ajonjolí, tabaco, pastos, entre otros productos y servicios relacionados con la agricultura.

La actividad de agricultura creció 16.1 por ciento (9.1% en el acumulado Enero-Junio), debido a mayores labores culturales realizadas en los cultivos de banano, café, caña y frijol, entre los más importantes. Ese crecimiento fue parcialmente contrarrestado por disminuciones en los cultivos de ajonjolí, soya, tabaco, entre otros. Según el CENAGRO², el departamento de Rivas cuenta con 12,442 explotaciones agropecuarias y 12,157 productores, que se dedican a la producción de plátanos, caña de azúcar, frijol, café y hortalizas, en una superficie de 218,431 manzanas cultivadas, de las cuales, 12,266 manzanas están bajo riego, y este sector brinda empleos a 35,896 personas.

¹ PIB(Producto Interno Bruto) información emitida por el Banco Central de Nicaragua

² Censo Nacional Agropecuario IV.



Los diez municipios que comprenden el departamento de Rivas poseen 4,766.00 establecimientos comerciales y de servicios, los cuales se generan según el Censo Económico y Urbano 2010- 14,518 empleos.

También en Rivas se han asentado cuatro empresas generadoras de energía eólica, las cuales han realizado inversiones superiores a los US\$150 millones.

En un estudio realizado por la Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social (FUNIDES), sobre el peso económico de cada departamento, Rivas aparece en el décimo lugar, detrás de Carazo y la Región Autónoma del Atlántico Norte, RAAN. Según FUNIDES, Rivas brinda empleo al 2.8% del total de ocupados del país, consume el 2.8% de la energía, el 1.1% de los hidrocarburos y aporta el 2.0% de la recaudación tributaria y al 1.9% de la facturación de agua potable y su peso total en la economía es del 2.1%.

De acuerdo a los datos emitidos por el BCN, la inflación nacional en el mes de Julio 2016, el índice de precios al consumidor (IPC), mostró una variación mensual de 0.32 por ciento (-0.21% en julio 2015), en términos acumulados, la inflación nacional fue de 2.40 por ciento (1.35% en julio 2015), inducida por el comportamiento de los precios en las divisiones de alimentos y bebidas no alcohólicas, restaurantes, hoteles, y educación, con un aporte conjunto de 1.347 puntos porcentuales. Por su lado, en términos interanuales la inflación se situó en 4.11 por ciento, 1.04 puntos porcentuales superior a la registrada en julio de 2015, y la inflación subyacente en 3.89 por ciento (6.80% a julio 2015).

La división alimentos y bebidas no alcohólicas fue la de mayor aporte (0.158 PP.) al resultado inflacionario de julio 2016. En este resultado se destacó principalmente la variación del precio del tomate (53.95%), con aporte de 0.248 puntos porcentuales. Otro factor económico es el salario mínimo que a través del Ministerio de Trabajo (MITRAB)³ se hizo un reajuste salarial anual del 8% para las MIPYMES, y el 9% para el resto de sectores. Con el incremento de nueve por ciento en el salario mínimo, el sector agropecuario, que es el menor, llegaría hasta el primero de septiembre de este año a los 3,480.75 córdobas al mes, es decir, 293.32 córdobas más que su cifra actual.

³ Ministerio de Trabajo (Comisión Nacional de Salario Mínimo Acta N°2



Ambiente Socio Cultural:

De acuerdo al Instituto Nacional de Desarrollo (INIDE)⁴ la población estimada de Nicaragua para el 2016 es de 6, 612,916 millones de personas lo que con lleva a 3, 047,941.00 (49.5%) de género masculino y 3, 114,975.00 (50.5%), población femenina actual.

La familia promedio o nivel nacional es de 5.9 miembros cifra que asciende en el sector rural a un 6.2 en el sector urbano a 5.6, la tasa de fecundación es de 4.6 hijos por mujeres.

Actualmente la Población Económicamente Activa (PEA) de Nicaragua es de 4.9 y la población total del país es de 7.9 millones de habitantes, es decir para el año un 60% de la población estará en edad de trabajar.

Según CEPAL⁵, la PEA actual de Nicaragua es de 2.9 millones y la población total del país es de 6.26 millones lo que quiere decir que actualmente el 47.9% de los nicaragüense están en edad de trabajar aunque no todos lo hacen.

Hasta finales de 2015 la PEA⁶ de Nicaragua era de 2.9 millones de personas y el año se suma a un promedio de 100,000 habitantes sin embargo para el economista Alberto Ramírez lo ideal será que esa nuevas personas que se integran a la PEA también pasen a formar parte de las estadísticas de la seguridad social.

Demografía de Rivas:

La ciudad de Rivas cuenta con una población de 40,769 habitantes ocupando una extensión territorial de 280,541 km² y un clima semi-húmedo, caracterizado por moderadas a abundantes precipitaciones durante estaciones lluviosas. Dentro del aprovechamiento del territorio se encuentra que el 64% es de vocación forestal, 5% utilizado para cultivo perenne, 15% con vocación agropecuario y el 16% corresponden al desarrollo ganadero.

El departamento cuenta con un total de 12,157 productores agropecuarios individuales: 73% son hombres y el 27% mujeres propietarios de un total de

⁴ Instituto Nacional de Desarrollo

⁵ Comisión Económica para Latinoamérica

⁶ Población Económica Activa.



12,242 explotaciones agropecuarias en una extensión de 2,161.82 kilómetros cuadrados.

El tipo de aprovechamiento de las tierras en el departamento es 218,431 manzanas, el 2.5% del área nacional; para cultivos anuales o temporales; para pastos cultivados o sembrados 29,534.1 manzanas, correspondiendo al 3% del área nacional. El área en pastos naturales, el 2% de la superficie nacional equivalente a 31,335.8 manzanas y el área dedicada a cultivos permanentes y semi-permanentes alcanza 25,049.3 manzanas.

Por otra parte se produce una gran variedad de cultivos de tipo tropical, como: Plátanos, bananos, caña de azúcar, maíz, mazorca de cacao, arroz y productos hortofrutícolas. A continuación se detallan las siembras de hortalizas, frutas y otros cultivos del departamento:

Áreas sembradas con Hortalizas, Frutas y Otros cultivos		
26% del Área Nacional		
10 %	Sandía	Frutas
5 %	Pipián	Hortaliza
4%	Chiltoma	Hortaliza
7%	Otros	Otros Cultivos

Tabla N°1 Datos del CENAGRO

Demografía de San Jorge:

Según datos CENAGRO⁷ 2010-2011, en las 354 explotaciones agropecuaria, existe 351 productores individuales, de los cuales 206 varones y 145 mujeres. El 49% de los productores manejan las explotaciones agropecuarias de 1 a 2.5 manzana.

El municipio reporta 2,585.93 manzanas y según forma de tenencia está distribuida de las siguientes formas: 2,314.39 manzanas son propias que equivale

⁷ IV CENSO NACIONAL DEL CENAGRO



a 91% del total; 253.36 manzanas alquiladas; 18.05 manzanas cedidas o prestadas y 0.13 manzanas que tiene otra forma de tenencia.

De total de la superficie que es 2,585.93 manzanas, el municipio aprovecha la tierra 10% en cultivos anuales o temporales, 18% cultivos permanentes o semipermanentes, 15% pastos sembrados o cultivados, 44% pastos naturales, 9% tierras en descanso o tacotales, 1% a bosques y 3% instalaciones diversas e infraestructura.

De las 2,585.93 manzanas dedicadas a la explotación agropecuaria, sola 96.23 manzanas están bajo sistema de riego, de las cuales 94.43 manzanas se riegan por gravedad y 1.80 de forma manual.

Actividad agrícola:

Este tiene una de la principal actividad económica del municipio, cuya producción es diversificada. El municipio reporta 2,354.00 explotaciones, con una superficie agrícola de 973.77 manzanas.

Durante el año 2010-2011, se sembró una superficie de granos básicos de 973.77 manzanas, representando el 23% de la superficie agrícola que se siembra en el municipio, siendo los principales cultivos maíz con 121.0 manzanas y arroz seco con 83.5 manzanas.

De las 24 explotaciones agropecuarias de granos básicos del municipio, solamente 4 aplican riego, la que se reduce a 5.5 manzanas de arroz. Los principales cultivos diferentes a la siembra de granos básicos en este municipio son: Musáceas 417.72 manzanas; considerado este rubro de importancia para la comercialización; sandía 3.83 manzanas; coco 9.40 manzanas.⁸

Cultura Del Departamento:

Entre sus tradiciones están:

- ✓ San Sebastián (20 de Enero). Se celebra en el municipio de Buenos Aires

⁸ © INIDE-MAGFOR 2013

INFORMACION ESTADISTICA DEL SECTOR AGROPECUARIO, ESTRUCTURA AGRARIA MUNICIPAL, USO POTENCIAL DEL SUELO, USO DEL AGUA EN LA AGRICULTURA POR MUNICIPIO



- ✓ San Pedro y San Pablo (Barrio la puebla 29 de Junio), hípicas y coronación de la novia de Rivas.
- ✓ Popoyuapa se caracteriza por la celebración de las carretas peregrinas (Semana Santa) recibimiento a una hermosa tradición llenas de folklore y fe religiosa.
- ✓ San Jorgito (San Jorge 23 de Abril).
- ✓ Virgen del Carmen (Patrona de los pescadores San Juan del Sur).
- ✓ La Virgen de Guadalupe (12 de Diciembre) celebración Mariana en Tola.

Comidas y bebidas típicas:

- ✓ Rosquillas
- ✓ Tortillas dulces
- ✓ Güirilas
- ✓ Nacatamales
- ✓ Chica de Maíz
- ✓ Refresco de Cacao.

El baile que nos caracteriza como rivense es el baile del zompopo y danza Mora Limpia.

Ambiente Político Legal:

Las leyes son creadas con el propósito de guiar y regular el funcionamiento y negociaciones de las empresas, es por ello que el gobierno crea, modifica y adopta nuevos lineamientos que generen tanto beneficios como obligaciones para las personas naturales y jurídicas.

Como institución estará bajo régimen especial de estimación administrativa para contribuyente de cuota fija según el artículo 62 de la Ley de Equidad Fiscal Publicada en la Gaceta, Diario Oficial N° 82 del 6 Mayo 2003.

Para que una empresa productora y comercializadora de Pitahayas opere de forma legal debe estar registrada⁹ ante el Estado nicaragüense, cumplir con las normas y requisitos que se mencionan a continuación:

- ✓ Solicitud al Registro Mercantil para registrarnos como comerciante.
- ✓ Inscripción en la DGI para obtener numero RUC de cuota Fija

⁹ Asesoría profesional



- ✓ Inscripción en la Alcaldía municipal de Rivas
- ✓ Registrar la marca de la fruta en el registro intelectual de la propiedad.

Ambiente Tecnológico:

Dentro de los principales accesorios tecnológicos que se necesitaran para el acondicionamiento de terreno y mantenimiento de la siembra de pitahaya están en primera instancia los necesarios para que el terreno esté en condiciones adecuadas como el contrato de tractores con gradas, además camiones para el transporte de la mata de pitahaya. Luego para el proceso de siembra se necesitaran pilares para soporte de la planta, los cuales se procederá a incrustar en el terreno por medio de la utilización de macanas, palas y palines, así mismo se sembraran las pitahayas, utilizando esos mismos accesorios.

Una vez terminada esa etapa se hará uso de bombas fumigadoras, equipo de riego y equipo de cuidado de las plantas, estos de uso continuo. (Anexos 1, 2, 3). Se quiere ejecutar nuevas estrategias técnicas para el cultivo por ende se hará necesario la implementación de nuevas actividades, sin embargo estas no requieren de mayor utilización de tecnología.

Ambiente Natural:

La preocupación por el deterioro del medio ambiente no es sólo una compleja tendencia social, es también un fenómeno de marketing. Está dando lugar a la aparición de un nuevo segmento de consumidores verdes.

El consumidor verde o ecológico se puede definir como aquel consumidor que manifiesta su preocupación por el medio ambiente en su comportamiento de compra, buscando productos que sean percibidos como de menor impacto sobre el medio ambiente.

Para estos consumidores el calificativo ecológico es un atributo valorado en el proceso de decisión de compra. En algunos casos dicha valoración se manifestará



en pagar un mayor precio por productos percibidos como ecológicos; en otros casos se manifestará en el rechazo de aquellos productos más contaminantes; y en otros casos se manifestará en preferir el producto más ecológico en igualdad de condiciones funcionales (calidad y comodidad), económicas (precio, promoción de ventas, cantidad, etc.).

Tal situación es una realidad a nivel mundial, es por lo cual el terreno que actualmente se está aprovechando para los cultivos cada vez decae más y esto afecta tanto al entorno natural como social, ya que a base de esta situación, el producto es de menor calidad, los costos son mayores a causa de la cantidad de fertilizantes y los terrenos son más pobres en cuanto a nutrientes.

Por este tipo de proyecto que se quiere estructurar, tomamos en cuenta los acuerdos con agrónomos que brinden la información necesaria sobre el cuidado de los terrenos ya su vez de la fruta una vez ya en cosecha, esto con el fin de apoyar con el cuidado de la tierra, sacándole el mayor provecho con el cuidado necesario, además poder ofertar un producto de calidad, no solo de fachada, sino lo más nutritivo que se pueda.

Se realizaron estudios de laboratorio, para determinar el manejo y utilización adecuada de elementos esenciales para el desarrollo vegetativo y productivo del cultivo requerido en cuanto al contenido de: Nitrógeno, fósforo y potasio.

Debido al giro económico de la empresa se van a utilizar herramientas y equipos necesarios que se encuentran en el mercado. Para el proceso de producción se utilizará bombas fumigadoras, sistema de riego por goteo y podadoras, entre otras (ver anexo).

1.2 Análisis Del Sector.

Análisis De Las Cinco Fuerzas De Porter:

En la siguiente tabla se muestra un resumen de las cinco fuerzas de Porter. Este modelo permite analizar el entorno de la entidad e identificar y analizar la competencia existente, las cuales permiten establecer estrategias para aprovechar las oportunidades y/o hacer frente a las amenazas detectadas, en cuanto a qué atractiva es la empresa con relación a oportunidades de inversión y rentabilidad,



por lo tanto consideramos que la rivalidad entre los competidores existentes es alta.

Fuerza	Intensidad	Símbolo
Poder de negociación de los proveedores	Alta	↑↑
Poder de negociación de los compradores	Alta	↑↑
Amenaza de productos sustitutos	Alta	↑↑
Amenaza de nuevos ingresos	Alta	↑↑
Rivalidad entre los competidores existentes	Alta	↑↑

Tabla N° 2 Creación Propia

Amenaza De Nuevos Productos:

Según las Estadísticas del Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR)¹⁰ indica que Nicaragua es el mayor productor de pitahaya roja en C.A produciendo más de 6,160.00 toneladas del cual el 50% es para exportar.

Rivas es un departamento que cuenta con los terrenos y clima adecuado para la siembra de la pitahaya siendo esta una de las principales ventajas para la realización y ejecución del proyecto, cabe mencionar que la cultura de esta ciudad, en cuanto a producción se dedica a la siembra de: Papaya, cáñamo, granada, etc. Sin embargo con esta idea de proyecto se quiere implementar la siembra de pitahaya en Rivas.

¹⁰ Ministerio Agropecuario y Forestal



Dentro de los canales de distribución como intermediarios se encuentra los comerciantes de frutas y restaurantes de la ciudad, la cual nos ayudara a expandirnos en el departamento y crear nuevas rutas de comercialización.

Otra barrera de entrada se encuentra representada por las políticas, normas y cambios del gobierno, de tal manera que se consideró que la amenaza de nuevos productos es alta debido que las barreras no representan un gran impacto.

Poder De Negociación De Los Proveedores:

Los proveedores, son los encargados de facilitar los insumos que requiere una empresa para realizar sus operaciones, es decir llevar a cabo su actividad económica ya sea de producción o compra-venta. Para el proyecto que se quiere ejecutar, por el tipo de actividad, los proveedores se encuentran en el mercado ricense, siendo estos los distribuidores de productos para el cuidado de las plantas: herbicidas, insecticidas, fertilizantes, entre otros, además de asesorías técnicas brindadas por agrónomos que de igual manera se pueden contactar en el mercado. Cabe mencionar que se recurrirá a proveedores de otro departamento al iniciar operaciones, ya que de ellos se obtendrá las plantas para el cultivo inicial.

En cuanto a la adquisición de insumos que serán utilizados para el cuidado y mantenimiento de la producción de la pitahaya, existen una gran variedad de proveedores potenciales: Enlaces del sur, El sembrador, Agrocontrol, El productor, Formunica, etc., de los cuales podemos hacer uso para obtención y la relación de producto-precios, así mismo se determinaran convenios con el proveedor en cuanto: Plazo, fecha de entrega, adquisición de producto, forma de pago, etc.

Poder De Negociación De Los Compradores:

El poder de negociación es alto debido a que va dirigido a nuestro mercado meta y estos actualmente no se encuentra organizados al realizar las compras de los productos, lo cual se convierte en un gran beneficio como emprendedores de producción y comercialización de pitahaya, disponiendo el producto a un precio accesible en el momento oportuno y las necesidades adecuadas para satisfacer la demanda de los clientes.



Los actuales distribuidores de este producto lo adquieren a precio más altos, ya que incurren en mayores costos para obtenerlo y traslado para su posterior comercialización en el departamento, por otra parte al ofrecer el fruto a nuestro mercado meta estos incurrirán en menos costos de adquisición y mejores estándares de calidad.

Sin embargo, este producto puede ser sustituido por los compradores al elegir entre un sin número de frutas tales como: Papaya, granada, melón, naranja, sandía, melocotón, etc., dentro de todos estos, existe una amplia oferta, puesto que existe una gran variedad de productos que pueden ser utilizados para satisfacer la misma necesidad.

Rivalidad Competitiva:

La competencia con respecto a la producción de pitahaya de calidad es casi nula, sin embargo se tiene ciertos conocimientos acerca de la competencia indirecta: Masaya, Carazo y Managua, dentro de los directos se encuentran los productores de frutas: Papaya, cálala, granada, melón, etc., por lo que hay una gran oportunidad de desarrollo en este sector económico.

Productos Sustitutos:

La amenaza de productos sustitos de la producción y comercialización de la pitahaya es muy alto debido a la variedad frutas de flote de la temporada lo que logra satisfacer la necesidad de los clientes o consumidores de la fruta.

Por lo tanto la amenaza de productos sustitutos en este sector se encuentra latente, de tal manera que concluimos que el impacto de esta fuerza es alto.



1.3 FODA:

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Generación de nuevos empleos.</i> ✓ <i>Contribución el incremento del PIB¹ en el sector Agropecuario.</i> ✓ <i>Oportunidad para ingresar a mercados internacionales</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Plagas</i> ✓ <i>Enfermedades</i> ✓ <i>Fenómenos climáticos</i> ✓ <i>Exigencia en los estándares de calidad según el país que se pretende exportar.</i>
Fortaleza	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Diversidad y aprovechamiento de la fruta.</i> ✓ <i>Convenios con empresas del gremio agroindustria para comercializar el producto.</i> ✓ <i>No contar con una competencia a nivel departamental.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>No contar con requerimientos necesarios para la accesibilidad de financiamiento.</i> ✓ <i>No contar con estudios que validen el uso adecuado de la tierra.</i> ✓ <i>Compra de equipos necesarios para la producción y comercialización</i> ✓ <i>No contar con el personal especializado (agronomo) para el asesoramiento de la siembra.</i>

1.4 Investigación De Mercados: Metodología

Tipo de investigación:

Para la realización de esta investigación se estará implementando con dos propósitos de investigación conocer: 1. La factibilidad de la producción 2. Conocer la forma para la comercialización de pitahaya. Se implementó la investigación exploratoria la cual se utiliza en el proceso de toma de decisiones.



Es una investigación concluyente, ya que se obtuvo información para realizar un plan de mercado y proyecciones de ventas necesarias para el análisis financiero.

Fuentes De Datos:

En la investigación exploratoria se utilizaron dos fuentes de datos:

Las fuentes de datos secundarias, realizando visitas a instituciones gubernamentales tales como: IPSA, INTUR, MAGFOR y Alcaldía, las cuales nos proporcionaron información sobre los requisitos y normas de procedimientos en el proceso de producción y comercialización de pitahaya, de igual manera se realizaron visita a productores pitahayeros quienes nos orientaron sobre los diferentes métodos y técnicas de producción que ellos implementan.

Así mismo, se realizaron visitas a ingenieros agrónomos expertos en el tema como: Guillermo Ponce, Iván Uriarte, Héctor Pérez que brindaron asesoría sobre el la idea del plan de negocio.

De igual manera se visitó las empresas: FORMUNICA, Agrocontrol, El Productor, Enlaces del sur, entre otras, proveedoras de insumos y equipos necesarios para producir y comercializar pitahaya. Para las fuentes secundarias, se utilizó internet, estudios realizados, éxitos logrados en otros países, revistas, periódicos, etc.

Investigación Descriptiva Concluyente:

En cuanto a las fuentes primarias se realizó encuestas, dirigida los comerciantes y restaurantes de igual manera se realizó entrevistas con preguntas estructuradas a agrónomos los cuales nos ayudaron a conocer las diferentes formas métodos y técnicas de aplicación de los distintos productos y abonos que se utilizan durante todo el proceso de producción esto ayuda a conocer de forma preliminar los tipos de insumos que son necesarios para la producción y comercialización de pitahaya. Estas fuentes de datos son de mucha importancia debido a que nos permitieron obtener una información confiable y de gran valor para la toma de decisión y la elaboración de las diferentes proyecciones que se realizara en este plan de negocios.



1.5 Población:

La población de interés que se tomó para la realización de este estudio o investigación son los 89 restaurantes y 103 comerciantes existentes en el departamento de Rivas distribuidos de la siguiente manera:

Cantidad de comerciantes por municipio	
Municipio	Cantidad
Altagracia	5
Belén	8
Buenos Aires	4
Cárdenas	4
Moyogalpa	8
Potosí	4
Rivas	52
San Jorge	6
San Juan	7
Tola	5
Total	103

Tabla N°3 Distribución de Comerciantes (creación Propia)

1.6 Muestra:

La muestra consiste en la selección de una parte representativa de la población es por ello que se implementa el muestreo probabilístico, debido a que todos los comerciantes tienen la posibilidad de ser seleccionados para la aplicación del instrumento.

La selección de la muestra solamente se implementara en la población de los comerciantes ya que es mayor en comparación con los restaurantes, para aplicar la encuesta se procedió a realizar el cálculo de la muestra para ello se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{(N-1) \times E^2 + Z^2 \times p \times q}$$



Para una mejor comprensión se describe el significado de las variables que integran la fórmula.

n: Tamaño requerido de la muestra

Z: Nivel de confiabilidad de 95 por ciento (valor estándar de 1.96)

E: Margen de error aceptable (valor estándar de 0.05)

p: Proporción que representa la variable de interés correspondiente a 0.5%.

1.7 Procesamiento y Análisis De Datos:

Para el análisis de los datos de las encuestas se utilizó el sistema SPSS versión 19 el cual dio una aceptación del proyecto 96% para el sector comercio y el 97% para restaurantes.

1.8 Descripción Del Producto/Servicio:

Según Kotler un producto “Es todo aquello que puede ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo y que además puede satisfacer un deseo o necesidad”¹¹

La Pitahaya, nombre científico o latino: *Hylocereus undatus*, de familia: Cactáceas, su verdadero origen es desconocido, aunque se encuentra semi-naturalizada en todos los países tropicales. Es una planta epífita, que requiere un suelo húmido y un ambiente cálido y húmedo, crece en forma silvestre sobre árboles, troncos secos, piedras y muros.

La especie presenta tallos largos, colgantes o trepadores, de unos 7 cm de diámetro y muy ramificados.

Los tallos presentan generalmente 3 costillas delgadas, prominentes y de borde ondulado.

Flores nocturnas, muy grandes y espectaculares. Llegan a medir 30 cm de longitud, de color blanco en el interior y amarillo verdoso con tintes purpúreos en el exterior.

Aproximadamente seis semanas después de aparecido el botón, y durante una sola noche, ocurre la apertura floral, después del cual se inicia el desarrollo del

¹¹ Información emitida por la docente Mayra Rodríguez



fruto. El fruto es una baya de hasta 7 a 14 cm de largo y 5 a 9 cm de ancho, con epicarpio rojo y pulpa de consistencia mucilaginoso, roja. Cada fruto contiene numerosas semillas pequeñas de color negro brillante.

Del mismo producto se pueden elaborar sub-productos tales como: helados, sorbetes, repostería, jabón, así como en la industria textil el teñido de las telas un aspecto importante para la industria farmacéutica es el alto contenido de antocianina que posee.

Especificaciones Del Producto:

Pitahayas se encontrarán en los diferentes puestos de frutas y verduras en el departamento de Rivas de las cuales podrá tener acceso el consumidor, poseerá etiqueta de presentación y empaques de cartón (Anexo 4 y 5 respectivamente) que permitan mantener la calidad del producto en cuanto a su traslado y destino final.

Niveles Del Producto:

Según Kotler y Armstrong, un producto posee tres niveles: producto básico que corresponde al beneficio esencial que cubre la necesidad básica del consumidor, producto esperado (real) los cuales son un conjunto de atributos y condiciones que los consumidores esperan recibir y producto aumentado que sobrepasa las expectativas del consumidor.



Imagen N° 1 Niveles de Productos (Teoría de Kotler)



Pitahayeros Del Sur Constará De 2 Niveles:

- ❖ Producto real: Pitahayas tendrá empaques de cartón y etiquetas de presentación con el Isologo de Pitahayeros del sur.
- ❖ Producto básico: Pitahaya es una planta suculenta con muchas espinas y se adapta bien a zonas bajas y medianas precipitaciones, con flores encantadoras blancas según su variedad con frutos comestibles.



Imagen N° 2 Logotipo de la empresa (Creación Propia)

Nombre: Pitahayeros del sur, está conformado por el producto que se pretende producir y comercializar en el sur de Nicaragua; tomando en cuenta las características que una buena marca debe tener en cuanto a diferenciación, fácil de pronunciar y recordar.

Isologo: También conocido como Isologotipo. En este caso el gráfico representa la fruta que se va a producir y comercializar en el departamento de Rivas, esto permite que el cliente posicione en su mente a Pitahayeros del sur como un producto de calidad, fresca, consistencia, color y sabor.

Gama Cromática: Corresponden a los colores que se utilizaran:

- ❖ El color rojo: Corresponde al color natural de la fruta, lo que permite que se posicione en la mente del cliente/consumidor como una fruta llamativa, vistosa, rica en proteínas y vitaminas B y C.



- ❖ El color verde: Representa la naturaleza, el campo y la energía que se utilizaran para producir un producto con estándares de calidad, e insumos biológicos en armonía con el medio ambiente.
- ❖ El color azul: Simboliza la utilización del agua siendo esta la herramienta fundamental para la producción.
- ❖ El color blanco: Significa que la entidad va a trabajar bajo requisitos, normas y leyes establecidas en la soberanía nacional de Nicaragua, por ende le representa confiabilidad a los clientes y futuros accionistas de la entidad.

Slogan: Será *“Las pitahayas de mi pueblo”* en el cual se expresa que el posicionamiento y desarrollo en la industria agropecuaria de este producto en nuestro pueblo natal.

1.9 Análisis De La Competencia:

De acuerdo a la información obtenida en el municipio de Rivas, la competencia directa es mínima dada que los productores de pitahaya del departamento, utilizan canales de comercialización dirigida al mercado internacional.

Por otro lado los distribuidores de pitahayas se encuentran ubicados en los departamentos de Managua, Masaya, Carazo, siendo estos nuestros principales productores indirectos.

Actualmente Rivas se abastece en un 95% de este producto a través de canales de distribución ubicados en los departamentos antes mencionados, es por esta razón que surge la necesidad de implementar el establecimiento de *Pitayeros del sur* en el departamento para que los comerciantes y restaurantes puedan adquirir este producto e incurrir en menos costo de accesibilidad.

1.10 Objetivos De Marketing:

Pitahayeros del sur ha determinado los objetivos de marketing como Cualitativos, ya que la empresa pretende conseguir un posicionamiento e imagen en el mercado rivense.



- ❖ Posicionar el producto de pitahaya entre las marcas líderes en el mercado nacional, a través de los mix de productos a ofertar.
- ❖ Lograr liderazgo en el mercado nacional, a través de las diferentes estrategias establecidas por la empresa.

1.11 Descripción Del Mercado Meta:

De acuerdo a las características del producto podemos afirmar que el segmento de mercado se encuentra representado por hombres y en su mayoría mujeres que se ubican en los diferentes mercados del departamento de Rivas, estos compran frutas y verduras al por mayor para luego vender al detalle a los consumidores finales, obteniendo de esta manera una forma de sobrevivir día a día. Cabe destacar que el 96% se encuentran formalizados y el 4% no están registrados en las alcaldías correspondientes.

De igual forma se determinó como mercado meta a los restaurantes del departamento de Rivas, los cuales brindan diversificación de servicios de comidas y bebidas donde el consumidor llega a deleitar cada plato de según sus preferencias.

Los consumidores potenciales se encuentran representados por los comerciantes y restaurantes, según datos recolectados en investigación de mercado, la mayoría de los futuros clientes corresponde al sector comercio ocupando el 53%, seguido por el sector de restaurante con el 47%.

El porcentaje que se pretende capturar como mercado meta es el ochenta por ciento (80%) de los existentes en base al procesamiento de datos obtenidos en el instrumento.

En cuanto a la participación del mercado se utilizarán diferentes estrategias para posicionarnos en el mercado y de esta manera lograr cumplir con las expectativas de clientes/consumidores.



1.12 Demanda y Participación De Mercado:

A través de los años, la cantidad de negocios existentes dedicados a la actividad de venta de frutas y verduras como restaurantes se han propagado de manera notoria. Dado este suceso, la cantidad de productos que estos utilizan para realizar sus actividades ha aumentado, demandando mayores cantidades a sus proveedores.

Al realizar el análisis de los datos recolectados por medio de los instrumentos de recolección de datos (encuestas - entrevistas), se logró determinar que el 96% de los comerciantes de frutas y verduras tienen a la pitahaya dentro de la línea de productos que acostumbran a vender (Anexo 8) y que el 97% de los restaurantes hacen uso de esta fruta para elaborar las bebidas (Anexo 9).

Como se mencionó anteriormente, estos negocios han tenido un crecimiento representativo, y para determinar la tendencia de crecimiento que han experimentado se acudió a las instalaciones de las alcaldías de cada municipio para obtener la información correspondiente a la cantidad de negocios inscritos en años anteriores para ambos sectores (comercio y restaurantes) y así conocer la tendencia de crecimiento que han experimentado. Con dicha información se logró conocer que en los últimos 5 años, el crecimiento ha sido más notable para ambos sectores.

Ahora bien, al entrevistar a los comerciantes, aquellos que tienen mayor tiempo en el mercado, opinaron que anteriormente vendían en mayor cantidad, esto a causa de la existencia de menor competencia, en cambio, al incrementar la competencia en los últimos años, sus ventas han disminuido, sin embargo ese margen de disminución ha sido compensado por el margen demandado por los nuevos establecimientos que se dedican a esta actividad.

Tomando en cuenta el crecimiento de la cantidad de negocios y la variación en las ventas, las cuales demanda potencial, se logró determinar un crecimiento

Producción y comercialización de pitahaya



promedio aproximando del 5% en la demanda de los últimos 5 años en dependencia de la demanda del año actual, se estableció la demanda histórica a como sigue:

Demanda histórica del producto (expresada en unidades de volumen)

Año	2012	2013	2014	2015	2016
Demanda	435,111	569,012	482,118	507,492	534,202

Tabla N°4 Creación propia.

Basados en los datos provenientes de la demanda histórica, se aplicaron las formulas¹² necesarias para el cálculo de la demanda proyectada para los próximos 5 años presentándose a como sigue:

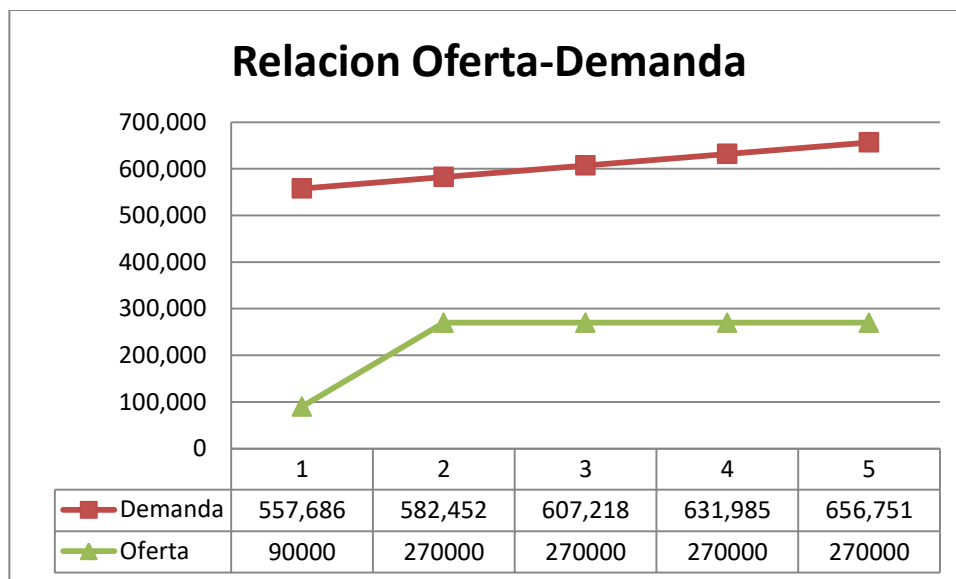
Demanda proyectada del producto (expresada en unidades de volumen)

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Demanda	557,686	582,452	607,218	631,985	656,751

Tabla N°5 Creación propia.

Según estos resultados, la demanda para los próximos años presenta una tendencia de crecimiento constante, sin embargo, como productores tenemos un nivel promedio continuo de producción en cada ciclo anual, por lo cual solo tendríamos la capacidad de cubrir de un 34% para el primer año y entre el 50% al 60% para los demás años (Gráfica N°1)

¹² Fórmulas para proyecciones de ventas proporcionadas por el docente



Gráfica N°1 Relación Oferta – Demanda

En cuanto a la participación de mercado, actualmente la competencia existente que está registrada en el departamento de Rivas (2 productores), se dedica a la exportación del producto, por tal razón, nuestra participación de mercado sería del 100%.

1.13 Estrategias De Marketing

Estrategia De Posicionamiento:

Dentro del proceso de segmentación de mercado la empresa pretende adoptar la variable de segmentación geográfica, debido a que los clientes en su mayoría están ubicados en sectores específicos en cada municipio.

Partiendo de esto la ubicación quedaría establecida en un punto estratégico al costado norte del mercado municipal de Rivas, además de establecer rutas de comercialización para abastecer a los comerciantes y restaurantes ubicados en los demás municipios del departamento de Rivas.

En cuanto a selección de posicionamiento de mercado se utilizará:



“Más por lo mismo”: Ya que pitahayeros del sur pretende ofrecer el mismo producto con mejores estándares de calidad, higiene y seguridad en cuanto al traslado del producto.

“Lo mismo por menos”: En cuanto a ofrecer el producto por el mismo precio y con facilidad de adquisición por la distancia y ofertas de entrega a domicilio, por ende menor costo el obtener el producto.

Estrategia De Segmentación De Mercado:

La estrategia de mercado se estableció a través de marketing no diferenciado ya que la empresa pretende dar cobertura al mercado, debido a que se va a dirigir a comerciantes de frutas y restaurantes, de tal manera que logre posicionarse mediante diseño de ofertas a dichos segmentos.

1.14 Plan De Acción

Estrategia De Producto:

Pitahayeros del sur pretende posicionarse en el mercado a través de mix de productos de pitahayas que se detallan a continuación:

Variedad	Descripción
Rosa	Frutos redondos, peso entre 450-500 gramos, su cascara es roja-rosada con brácteas separadas y delgadas.
Lisa	Fruto es ovalado, con peso de que oscila entre 400-450 gramos, su cascara es de color oscuro, con pocas brácteas y gruesa, el clon es poco resistente a enfermedades.
Cebras	Es un fruto de forma ovalada y de coloración intensa al momento de



	madurar, alcanzando un peso promedio 300-360 gramos.
Orejona	El fruto tiene forma ovalada (forma de huevo), completamente maduro pesa de 350 a 400 gramos, de cáscara color rojo púrpura y presenta un promedio de 37 brácteas, las cuales son alargadas, duras y bastante resistentes al quiebre.

Tabla N° 6 Variedad de pitahaya (Creación Propia)

En cuanto a su presentación se diferencia de pitahayas comerciales por poseer etiquetas de presentación lo que permite que el cliente posicione a este como un producto totalmente diferenciable y logre distinguirlo al momento de elegir entre los demás productos.

Estrategia De Precio:

El precio de los productos se determinará en relación al precio promedio en que nuestros competidores ofertan el producto, ya que la mayoría de nuestros clientes opinaron que la adquisición del producto depende del nivel de precio en que se lo ofertemos con respecto al que lo están adquiriendo.

Estrategia De Promoción:

Pitahayeros del sur realizará distintas actividades que permitan promocionarse de manera efectiva en el mercado, se determinaron mediante la investigación de mercado según las preferencias de los clientes potenciales que se detallan a continuación:

❖ Publicidad en las redes sociales:

Se abrirá una cuenta en Facebook para dar a conocer el mix de productos con que cuenta la entidad, se escogió esta red social debido a que es más utilizada por los



consumidores potenciales, esto permitirá dar a conocer el producto, calidad, formas de adquisición, promociones y publicidad sin costo alguno.

Resultado a obtener: Atraer posibles clientes y mejorar la calidad del servicio.

❖ **Publicidad en radio:**

Se dará publicidad por medio de la frecuencia 103.7 FM (Radio XO) y 105.7 FM (Radio Rumbos) durante el periodo de 6 meses de la temporada premiando a nuestros audientes por su fiel sintonía por medios de rifas de media docena y una docena haciendo la dinámica entre el audiente y el locutor esto con el propósito de obtener un menor costo publicitario.

Resultado a obtener: Dar a conocer y promocionar a Pitahayeros Del Sur.

De igual forma se requiere incentivar a los distribuidores por medio de los volúmenes de compra del producto, ofreciéndoles, tanto descuento así como productos en sus compras regulares como rebajas sobre compras por volumen. Además los clientes serán catalogados en dependencia de su nivel de compras y se establecerán acuerdos de créditos, clasificándolos según el cumplimiento de los mismos y así brindándoles mejores ofertas para la adquisición del producto.

A continuación se presenta los gastos de publicidad, cabe destacar que abrir una cuenta en Facebook no requiere de ningún costo.

Presupuesto de publicidad					
Actividades	Detalle	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad redes sociales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Publicidad radio		\$ 412.55	\$ 433.18	\$ 433.18	\$ 433.18
Radio Rumbos	\$ 68.75				
Radio XO	\$ 68.75				
Total		\$ 412.55	\$ 433.18	\$ 433.18	\$ 433.18

Tabla N° 7 Elaboración Propia



Promociones			
Actividad	Cantidad	Porcentaje	Frecuencia
Descuentos S/C	10 - 20	10%	2 veces al año
Rebaja S/C	10 - 20	10%	2 veces al año
Docena de trece	1 a más	-	Introducción del mercado
Total	-	20%	-

Tabla N° 8 Elaboración Propia

1.15 Estrategia De Distribución:

Se implementarán rutas estratégicas de comercialización tres veces por semana entre los municipios del departamento de Rivas, con el propósito de incrementar nuestras ventas y que el cliente tenga la facilidad de acceso del producto.

Este producto tendrá facilidad de acceso para los comerciantes potenciales debido a que se ubicará en un punto céntrico del mercado municipal de Rivas.

1.16 Proyecciones De Ventas:

Como se hacía mención anteriormente en la sección de la demanda, la oferta, por el tipo de negocio es constante, y para cada periodo la proyección de ventas sería constante. Cabe mencionar que la producción para el primer año, según los datos obtenidos equivale aproximadamente a un 50% de la capacidad de producción normal por cada mata, a partir del segundo año la producción se nivela a su capacidad normal.

Cantidad de Mnz	Matas por Mnz	Unidades por mata	Total de Producción
3	1,250.00	90 Unidades	337,500.00
3	1,250.00	7.5 Docenas	28,125.00

Tabla N°9 Proyección de Producción (Creación Propia).

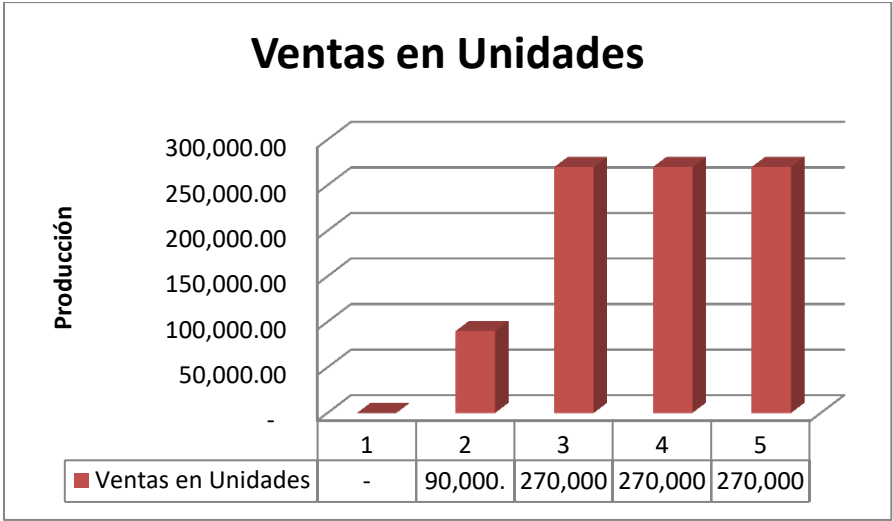


Gráfico N° 2 Proyección de Ventas en unidades (creación propia).



2. PLAN DE PRODUCCIÓN



Objetivos

- ✓ Definir los requerimientos necesario para el proceso productivo.
- ✓ Determinar el proceso productivo de materiales y tecnología que permita disminuir los costos.
- ✓ Aplicar conocimientos referentes al manejo de materiales dentro del proceso productivo.

Programación de contenidos:

- ✓ Ciclo Productivo
- ✓ Maquinaria y Equipo
- ✓ Materia Prima
- ✓ M.O
- ✓ C.F.I.



INTRODUCCIÓN:

El plan de producción es el responsable de desarrollar las actividades en un determinado plazo con el fin de determinar la cantidad total de los productos necesarios para satisfacer la necesidad de demanda.

Es por esta razón que la empresa debe de realizar una estrategia de planeación agregada o planeación de producción para asegurar la capacidad suficiente que satisfaga el pronóstico de demanda en el momento necesario.

En esta fase se describen cada una de las operaciones de la empresa, es decir el proceso productivo, materiales y tecnología para el funcionamiento de las operaciones.

Además de las instalaciones necesarias para el desarrollo de las actividades económicas de la empresa, así como también el equipamiento, herramientas, elementos de transporte, mobiliario, etc., y una planificación de crecimiento.



2.1 Ciclo Productivo De Pitahayeros Del Sur:

Preparación del terreno: La preparación del terreno debe hacerse un mes antes de sembrar y comprende las siguientes labores: Rosado, estaquillado y hoyado para ubicación de los tutores.

Compra de materia prima: En esta fase se hace la compra vainas y de tutores (Hele queme) en finca San Luis (San Ignacio- Masaya). Además se comprará de fertilizantes y fungicidas para el cuidado y mantenimiento de la planta.

Siembra: Consiste en plantar dos tallos sin raíces al pie y alrededor del tutor, enterrando 15 cm el extremo leñoso en donde se efectuó el corte. En áreas de mucha pendiente, los tallos se siembran en el lado más alto; a medida que van creciendo, se recomienda sujetarlos al tutor con mecate para ayudar a la planta a que se adhiera al tutor con facilidad, cabe destacar que la empresa poseerá las herramientas necesarias para su siembra.

Mantenimiento y corta: En la pitahaya existen tres tipo de poda de la planta: 1. Poda de formación 2. Poda de raleo 3. Poda fitosanitaria. En esta fase se utilizará por poda de formación consiste en seleccionar tallos que crezcan en diferentes direcciones, para evitar aglomeraciones que favorezcan pudriciones por diferentes patógenos; además, con este tipo de poda se facilitan otras labores culturales, tales como: Aplicaciones fitosanitarias, control de maleza, cosecha, etc.

Se controlará las malezas por medio de la combinando las técnicas de control cultural, manual y químico. En cuanto a la corta se usará guantes de cuero para evitar que los colaboradores se espinen las manos.

Recolección, selección y empaque: En esta etapa se seleccionará el producto según la variedad, peso y calidad, luego se procederá a lavar los frutos

Producción y comercialización de pitahaya



desinfectándolos para eliminar los agentes que causan pudrición y eliminar la suciedad traída del campo.

Una vez seleccionado los frutos se trasladan a una mesa de secado, esta labor se hará con lanillas, luego pasará al proceso de empaque de las frutas en cajas de cartón.

Carga y distribución: Se cargará producto en el camión para su posterior distribución en el mercado y puntos requeridos.



CICLO PRODUCTIVO:



Compra de Materia Prima:

- ❖ Vainas
- ❖ Tutores Hele quemes
- ❖ Fertilizantes
- ❖ Insecticidas.



Siembra:

- ❖ Vainas
- ❖ Equipo y accesorios de siembra.



Preparación del terreno:

- ❖ Limpieza del terreno(Rozado)
- ❖ Quema de la maleza
- ❖ Estaquillado
- ❖ Hoyado
- ❖ Ubicación de *tutores*

Recolección, selección y empaque:

- ❖ Mozos
- ❖ Equipos de corta
- ❖ Equipo de carga
- ❖ Lavado
- ❖ Equipos de empaques.



Mantenimiento y Corta:

- ❖ Mozos
- ❖ Insecticida
- ❖ Fungicidas



Carga y Distribución:

- ❖ Camión
- ❖ Vendedores
- ❖ Chofer





2.2 Maquinaria y Equipo Para Producción:

Dentro de la maquinaria y equipo que se pretende emplear, se encuentra los utensilios de siembra y mantenimiento del cultivo que serán utilizados continuamente en el proceso de producción, entre ellos se encuentran machetes, maquinas chapodadoras, bombas fumigadoras, tijeras para corta entre otros utensilios.

Luego se encuentra el equipo de riego, el cual se utilizará en periodos de verano que permita mantener en mejores condiciones el cultivo y asegurando mejores resultados en periodos de cosecha.

Además se constará con los instrumentos necesarios para el empaque de las frutas, así como también con un camión repartidor para dicha temporada, el cual se adquirirá a partir del segundo año del proyecto.

Producción y comercialización de pitahaya



ACTIVO	MARCA	MODELO	PROVEEDOR 1	PROVEEDOR 2	VIDA ÚTIL	VALOR	CANTIDAD	INVERSIÓN C\$	INVERSIÓN U\$
Mobiliario									
Escritorio de madera	-		Carpintería El Roble	Carpintería San José	5 Años	C\$ 5,500.00	1	\$ 5,500.00	\$ 189.09
sillas Madera	-	-	Carpintería El Roble	Carpintería San José	5 Años	C\$ 1,875.00	4	\$ 7,500.00	\$ 257.85
Mesas de madera	-	-	Carpintería El Roble	Carpintería San José	5 Años	C\$ 7,500.00	4	\$ 30,000.00	\$ 1,031.38
Computadora DELL	DELL	3542	Digital Store	DATATEX	2 Años	C\$ 420.00	1	\$ 12,216.62	\$ 420.00
Abanicos	Mastetech	1567-5R	Almacenes Tropicigas	El Gallo	3 Años	C\$ 530.00	4	\$ 2,120.00	\$ 72.88
<i>Sub total inversión en Mobiliario:</i>								\$ 57,336.62	\$ 1,971.20
Herramientas y Enceres									
Machetes	IMACASA	808-26-PLI	Guadalupana	Miguel Mora	1 Años	C\$ 118.00	3	\$ 354.00	\$ 12.17
Bomba Fumigadora	JACTO	EJ PLUS	FORMUNICA	EL SEMBRADOR	5 Años	C\$ 1,850.00	3	\$ 5,550.00	\$ 190.81
Macananas	IMACASA	168-25-MHC	Guadalupana	Miguel Mora	5 Años	C\$ 320.00	3	\$ 960.00	\$ 33.00
Tijera	GOLFAN	F1501-09-HS	Guadalupana	Miguel Mora	2 Años	C\$ 150.00	15	\$ 2,250.00	\$ 77.35
Chapiadora	HITACHI	EG47JJ	Casa Pellas	FORMUNICA	5 Años	C\$ 18,400.00	3	\$ 55,200.00	\$ 1,897.74
<i>Sub total inversión en Herramientas y enceres</i>								\$ 64,314.00	\$ 2,211.08
Utensilios									
Guantes	TRUPER		Guadalupana	Miguel Mora	1 Años	C\$ 105.00	15	\$ 1,575.00	\$ 54.15
Lanillas	-	-	Casa de la Limpieza	Gasolinera Uno	1 Años	C\$ 22.00	50	\$ 1,100.00	\$ 37.82
Cajas	-	-				C\$ 2.00	1000	\$ 2,000.00	\$ 68.76
Cajillas	-	-	Mercado Oriental	Mercado Mayoreo	2 Años	C\$ 80.00	10	\$ 800.00	\$ 27.50
Mecate	-	-	Antonio Laguna	Mario Vargas	-	C\$ 10.00	200	\$ 2,000.00	\$ 68.76
<i>Sub total Utensilios</i>								\$ 7,475.00	\$ 256.99
Equipo de Riego									
Motor Para Riego	PROMAQ	FA	MS. ENLACES DEL SUR	FORMUNICA	5 Años	C\$ 1,150.00	1	\$ 33,450.28	\$ 1,150.00
Tubo 3"	PVC	-	Ferretería Okran	Ferretería la Popular	5 Años	C\$ 150.00	50	\$ 7,500.00	\$ 257.85
Tubo 2"	PVC	-	Ferretería Okran	Ferretería la Popular	5 Años	C\$ 100.00	25	\$ 2,500.00	\$ 85.95
T 3"	PVC	-	Ferretería Okran	Ferretería la Popular	5 Años	C\$ 50.00	3	\$ 150.00	\$ 5.16
T 2"	PVC	-	Ferretería Okran	Ferretería la Popular	5 Años	C\$ 23.00	6	\$ 138.00	\$ 4.74
Llave de paso 3"	PVC	-	Ferretería Okran	Ferretería la Popular	5 Años	C\$ 430.00	1	\$ 430.00	\$ 14.78
Llave de paso 2"	PVC	-	Ferretería Okran	Ferretería la Popular	5 Años	C\$ 120.00	9	\$ 1,080.00	\$ 37.13
Reductor 3" - 2"	PVC	-	Ferretería Okran	Ferretería la Popular	5 Años	C\$ 25.00	3	\$ 75.00	\$ 2.58
Reductor 2" - 1"	PVC	-	Ferretería Okran	Ferretería la Popular	5 Años	C\$ 23.00	3	\$ -	\$ -
Válvula eK 1"	PVC	-	Ferretería Okran	Ferretería la Popular	5 Años	C\$ 130.00	6	\$ 780.00	\$ 26.82
Mangueras			MS Enlaces del Sur	Carlos Lacayo	5 Años	C\$ 220.00	6 Rollos	\$ 38,395.10	\$ 1,320.00
Manómetro			MS Enlaces del Sur	Carlos Lacayo	3 Años	C\$ 20.00	1	\$ 581.74	\$ 20.00
Conectores			MS Enlaces del Sur	Carlos Lacayo	5 Años	C\$ 300.00	15	\$ 4,500.00	\$ 154.71
Filtro			MS Enlaces del Sur	Carlos Lacayo	3 Años	C\$ 180.00	1	\$ 5,235.70	\$ 180.00
<i>Sub total inversión en Equipo de Riego</i>								\$ 94,815.82	\$ 3,259.71
Equipo Rodante									
Plan de Negocios	Jmc	2 Toneladas	Autolote el Chele	Auto nica	5 Años	\$ 7,000.00	1	\$ 203,610.40	\$ 203,610.40
<i>Sub total inversión en Equipo rodante</i>								\$ 203,610.40	\$ 203,610.40
INVERSIÓN TOTAL								\$ 427,551.85	\$ 14,698.97

Producción y comercialización de pitahaya



2.3 Presupuesto De Siembra y Mantenimiento Del Cultivo.

2.2 PRESUPUESTO DE SIEMBRA Y MANTENIMIENTO DEL CULTIVO								
Labor/Actividad	U/M	Costo Unitario	Insumos	U/M	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total C\$	Costo Total en U\$
Preparación del Suelo:								
Roza y Barrida	D/H							
Estaquillado	D/H							
Hoyado	D/H							
			Compra de tutores	Unid.	10	3750	C\$ 37,500.00	\$ 1,289.23
			Acarreo de tutores	Viaje	10,000.00	3	C\$ 30,000.00	\$ 1,031.38
Distribución de Tutores	D/H							
Siembra de tutores	D/H							
			Compra Vainas Pitahaya	Unid.	18	7500	C\$ 135,000.00	\$ 4,641.22
Siembra de Pitahaya:								
Desinfección de Vaina	D/H							
			Benomil	Kg.	320	0.75	C\$ 240.00	\$ 8.25
Siembra	D/H							
Fertilización	D/H							
			Completo 12-30-10	qq	650	6	C\$ 3,900.00	\$ 134.08
			Urea 46%	qq	520	4.5	C\$ 2,340.00	\$ 80.45
Control manual de maleza:								
Carrileo	D/H							
Caceo	D/H							
Poda de formación	D/H							
Amarre de Vaina de Pitahaya	D/H							
Sub total 1er Año							C\$208,980.00	\$ 7,184.60

Producción y comercialización de pitahaya



SEGUNDO AÑO									
Mantenimiento	D/H								
Fertilización	D/H								
		Completo 12-30-10	qq	682.5	9	C\$	6,142.50	\$	211.18
		Urea 46%	qq	546	6	C\$	3,276.00	\$	112.63
Control manual de Malezas:									
Carrileo	D/H								
Caceo	D/H								
Poda de formación y mantenim	D/H								
Amarre de vainas de pitahaya	D/H								
Aplicación de fungicidas	D/H								
Control de enfermedades	D/H								
		Cloro	Litro.	24.94	6	C\$	149.63	\$	5.14
Aplicación de Insecticidas	D/H								
		Diazinón	Litro.	273	3	C\$	819.00	\$	28.16
Cosecha:									
Recolección de Frutos	Cajilla								
Selección y clasificación	Cajilla								
Sub total 2do Año						C\$	10,387.13	\$	357.10
TERCER AÑO									
Mantenimiento	D/H								
Fertilización	D/H								
		Completo 12-30-10	qq	716.63	18	C\$	12,899.34	\$	443.47
		Urea 46%	qq	573.3	12	C\$	6,879.60	\$	236.52
Control de Malezas:									
Carrileo	D/H								
Caceo	D/H								
Poda Sanitaria y entresaque	D/H								
Aplicación insecticida	D/H								
		Diazinón	Litro.	286.65	3	C\$	859.95	\$	29.56
		Cambendacil	Kg	198.45	3	C\$	595.35	\$	20.47
Aplicación de fungicida	D/H								
		Magcozeb	Kg	176.4	3	C\$	529.20	\$	18.19
		Benomil	Kg	352.8	3	C\$	1,058.40	\$	36.39
Cosecha:									
Recolección de frutas	Cajilla								
Selección y clasificación	Cajilla								
Sub total 3er Año						C\$	22,821.84	\$	784.60

Producción y comercialización de pitahaya



CUARTO AÑO								
Mantenimiento								
Fertilización	Completo 12-30-10	qq	752.46	24	C\$	18,058.95	\$	620.86
	Urea 46%	qq	601.97	18	C\$	10,835.37	\$	372.51
Control de Malezas:								
Carrileo								
Caceo								
Poda Sanitaria y entresaque								
aplicación insecticida	Diazinón	Litro.	300.98	3	C\$	902.95	\$	31.04
	Cambendacil	Kg	208.37	3	C\$	625.12	\$	21.49
Aplicación de fungicida	Mancoceb	Kg	185.22	3	C\$	555.66	\$	19.10
	Benomil	Kg	370.44	3	C\$	1,111.32	\$	38.21
Cosecha:								
Recolección de frutas								
Selección y clasificación								
Sub total 4to Año						C\$ 32,089.37	\$	1,103.21
QUINTO AÑO								
Mantenimiento								
Fertilización	Completo 12-30-10	qq	790.08	24	C\$	18,961.90	\$	651.90
	Urea 46%	qq	632.06	18	C\$	11,377.14	\$	391.14
Control de Malezas:								
Carrileo								
Caceo								
Poda Sanitaria y entresaque								
aplicación insecticida	Diazinón	Litro.	316.03	3	C\$	948.09	\$	32.59
	Cambendacil	Kg	218.79	3	C\$	656.37	\$	22.57
Aplicación de fungicida	Mancoceb	Kg	194.48	3	C\$	583.44	\$	20.06
	Benomil	Kg	388.96	3	C\$	1,166.89	\$	40.12
Cosecha:								
Recolección de frutas								
Selección y clasificación								
Sub total 5to Año						C\$ 33,693.83	\$	1,158.37
GRAN TOTAL						C\$ 307,972.17	\$	10,587.89



3 PLAN ORGANIZATIVO



Objetivos:

- ✓ Diseñar la estructura organizativa de la empresa.
- ✓ Determinar cada una de las funciones de la entidad.

Programación de contenidos:

- ✓ Forma de la empresa
- ✓ Estructura organizacional
- ✓ Actividades y gastos preoperativos.



INTRODUCCIÓN:

El modelo organizacional hace referencia a la estructura, los puestos y funciones, las causas de comunicación interna y de toma de decisiones, el estilo de dirección, el modelo de gestión de los recursos humanos, etc. Es un aspecto fundamental del negocio y condiciona totalmente los procesos de producción y por tanto la calidad del producto final o del servicio que se presta. La atención al cliente, la percepción que éste tendrá de la empresa, su imagen e identidad, y como consecuencia su posicionamiento en el mercado, también dependen de ello.

En el plan organizativo se creó la estructura organizacional de la empresa más importante para responder a las necesidades de Pitahayeros del sur de acuerdo a la actividad económica que se pretende realizar.

En este plan se destacan cuatro temas importantes a tratar: Descripción de la empresa, marco legal, estructura organizacional y talento humano.



3.1 Forma De La Empresa:

Pitahayeros del sur es una microempresa, creada por iniciativa de José Rodolfo Guzmán, estará constituida como una Mipyme, dicho socio fundará la empresa aportando equitativamente el 42.86% del capital de inversión, todo esto con el objetivo de poner en marcha la idea emprendedora para la creación de un nuevo negocio.

Se escogió trabajar como una Mipyme debido a los beneficios que genera como microempresarios tales como:

- ✓ La empresa podrá acceder a los beneficios que otorga la Ley MIPYME.
- ✓ Las MIPYME Registradas podrán acceder a Incentivos Fiscales y a Programas de Apoyo a las MIPYME.
- ✓ La empresa podrá hacer sus trámites ante el MIFIC de manera más rápida.

Previo a la organización de esta Institución se tomarán en cuenta las respectivas medidas administrativas y tributarias conforme lo establece la ley (Requisitos varios para obtener permisos y licencias de operaciones). En función de gozar legalmente personalidad jurídica, se inscribirá en la alcaldía municipal, Dirección General de Ingresos (DGI) y los estatutos en el Registro Mercantil correspondiente.

3.2 Estructura Organizativa:

La estructura organizativa que poseerá la empresa será de tipo lineal-funcional, puesto que la empresa estará dirigida por un jefe sobre una persona y funciones distintas. Lo que permitirá desempeñar las tareas necesarias para el funcionamiento adecuado de *Pitahayeros del sur*.

En primer nivel directivo encontramos al propietario la cual es considerada como funcional, estará integrado por uno de los socios, el cual aportarán el capital de inversión y formará parte de la alta dirección.



Producción y comercialización de pitahaya

En segundo nivel de la estructura organizativa, se encuentra el supervisor que estará obligado a dar respuesta a las decisiones dentro de la empresa teniendo a su cargo la dirección del personal que labora dentro de la entidad.

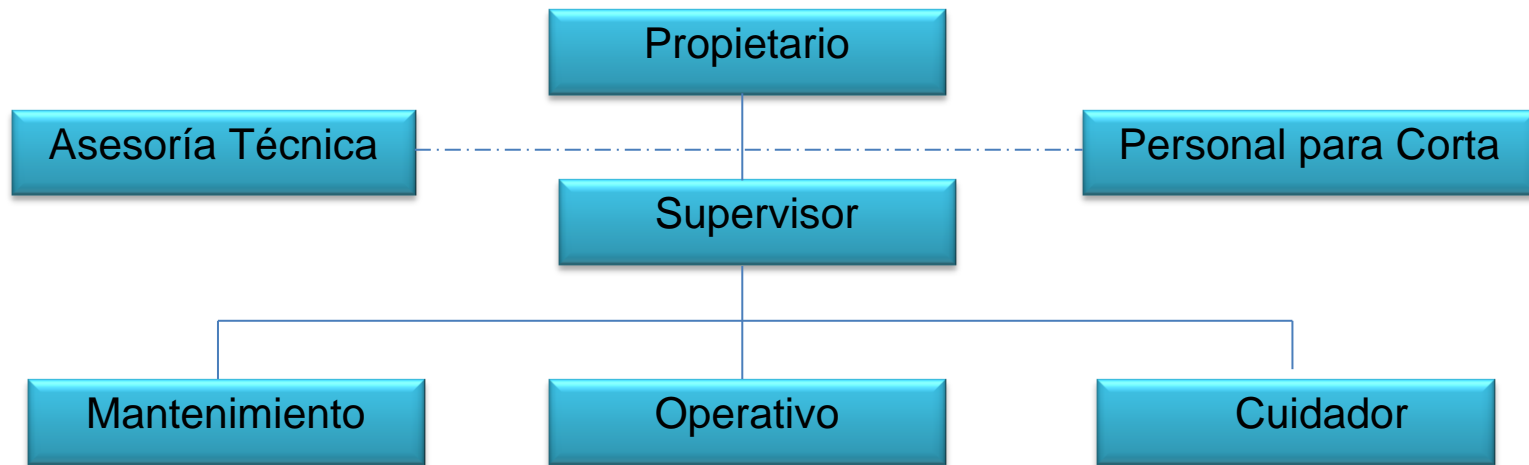
En tercer nivel, se encuentra el personal que opera directamente con el producto que se va a ofrecer, en este se ubica: Mantenimiento, Operativo y cuidador.

El proceso de producción y comercialización de pitahaya es una actividad que por su naturaleza no requiere de procedimientos complejos en cuanto a las actividades administrativas se refiere. A partir de esto que como institución, analizamos las etapas que se deben de ejecutar en el proceso y con asesoría técnica, determinamos, las siguientes áreas:

- ✓ El área superior, cuyo cargo lo desempeña el propietario, quien se encarga de organizar el personal y junto con la asesoría adecuada y el supervisor, dirige las actividades a realizarse para el funcionamiento del negocio, así como los convenios con los clientes potenciales.
- ✓ El supervisor, que a su vez, desempeñará el papel de vigilante, ya que se establecerá en una vivienda dentro del local, para que esté al tanto de la producción todo el tiempo y sea el encargado de dirigir al personal dedicado al mantenimiento, así como realizar algunas operaciones de mantenimiento.
- ✓ El área de mantenimiento, en la cual se realizarán operaciones de riego, cuidado, corta y las necesarias para llevar a cabo el proceso de producción y venta.
- ✓ Por último, aunque no forman parte de la estructura permanente en la institución, pero será necesario, la asesoría técnica para maximizar la producción, así también como la contratación de personal, en temporada de cosecha.



3.3 Organigrama De Pitahayeros Del Sur:



Producción y comercialización de pitahaya



<i>IDENTIFICACION DEL CARGO</i>	
Nombre del cargo: Supervisor	
Área de trabajo: Supervisor Dependencia:	
Jefe inmediato: Supervisor	
Subordinado: Ninguno	Número de cargos:
Resumen del cargo:	
Este se encargará de la producción en cuanto al proceso del cuidado de las plantas, que esté libre de plagas y enfermedades, preparación del suelo en cuantos insecticidas, fungicidas, fertilización y abonos requeridos para dicha planta y la cooperación en cuanto a la corta de la fruta durante la flota y el cuidado de dicha plantación.	
Descripción de funciones:	
Diarias: <ul style="list-style-type: none">• Cuidar• Delegar funciones de acuerdo al plan del trabajo establecido• Dirigir la actividad a cada trabajador.• Supervisar la producción y trabajos asignados.	
Mensuales: <ul style="list-style-type: none">• Elaborar un rol de las actividades	
Ocasionales: <ul style="list-style-type: none">• Cortar• Supervisión de empaque• Lavar• Carga del producto al camión• Fertilización y fumigación.	
Requisitos del cargo:	
Estudios : Licenciatura en Administración de empresas o carreras afines	
Experiencia: 2 a 3 años	
Edad: 23-30	
Laborales: Capacidad de trabajo y un ambiente armónico.	
Humanas: Sentido de colaboración.	



<i>IDENTIFICACION DEL CARGO</i>	
Nombre del cargo: Mantenimiento	
Área de trabajo: Administrativo	Dependencia:
Jefe inmediato: Supervisor	
Subordinado: Ninguno	número de cargos:
Resumen del cargo:	
Este se encargará de dar el debido mantenimiento de las labores de fertilización, control fitosanitario, podas, y recolección de frutas, empaque, lavado y secado.	
Descripción de funciones:	
Diarias: <ul style="list-style-type: none">• Realizar las actividades asignadas por el supervisor• Dar mantenimiento al equipo requerido.• Verificar del funcionamiento del sistema de riesgo.	
Mensuales: <ul style="list-style-type: none">• Rosar del campo	
Ocasionales: <ul style="list-style-type: none">• Corta• Empaque y selección de la fruta.• Abonar• Fertilizar	
Requisitos del cargo:	
Estudios : Bachiller, certificado de salud, y currículum vitae	
Experiencia: En mantenimiento de campo y conocimientos de fertilizantes y abonos.	
Edad: 25-45.	



<i>IDENTIFICACION DEL CARGO</i>	
Nombre del cargo: Operativo.	
Área de trabajo: Administración	Dependencia:
Jefe inmediato: Supervisor	
Subordinado: Ninguno	número de cargos:
Resumen del cargo:	
Este se encarga del proceso de selección de empaque, lavado, secado, selección de la fruta, carga y distribución.	
Descripción de funciones:	
Diarias: <ul style="list-style-type: none">Realizar las actividades asignadas por su jefe inmediato.	
Ocasionales: <ul style="list-style-type: none">Primeramente se hace la selección del producto en 3 categorías A, B, C esto se determina en cuanto al peso, tamaño, calidad y variedad de la fruta.Seguidamente pasando por el proceso de lavado utilizando (cloro, detergente y agua) para la eliminación de bacterias y polvo.Luego se da el proceso de secado el cual se hará manualmente utilizando lanillas para su debido proceso.Pasando al proceso de control de calidad y empaque el cual va en cajas de cartón conteniendo de una docena por caja.Y para finalizar el proceso de carga de pedido para su posterior distribución.	
Periódica: Entregar informe del proceso.	
Requisitos del cargo:	
Estudios: Bachiller y certificados de salud y currículum vitae.	
Experiencia: 1-2 años	
Edad: 22- 45 años	
Laborales: Experiencia en trabajos similares	
Humanas: Capacidad para trabajar.	



3.4 Plan Salarial:

Para la determinación del plan salarial se tomó como base las publicaciones de la página oficial del MITRAB, en esta se establece que el ajuste salarial es del 9% anual, este porcentaje se le aplicará al salario base a cada uno de los tipos de cargos, dando como resultado el salario neto. A continuación se presenta un detalle:

Plan Salarial					
Tipo de cargo	Áreas	Número de colaboradores	Salario Básico	Ajuste Salarial	Salario Neto
Supervisor	Administrativo	1	\$ 275.04	10%	\$ 299.79
Mantenimiento	Operativo	2	\$ 171.90	10%	\$ 374.74
Chofer	Operativo	1	\$ 240.66	10%	\$ 262.31
Total					\$ 936.84

Detalle de Salario por mes y año:

CARGO	SALARIO MENSUAL	CANTIDAD	GASTO SALARIAL POR MES	GASTO SALARIAL ANUAL
1) Supervisor	\$ 275.04	1	\$ 275.04	\$ 2,200.28
2) Mantenimiento	\$ 171.90	2	\$ 343.79	\$ 2,750.35
3) Chofer	\$ 240.66	1	\$ 240.66	\$ 1,925.25
GASTO ANUAL EN SALARIO - PRIMER AÑO				\$ 6,875.88

3.5 Contratación de Servicios:

Pitahayeros del sur, para empezar sus actividades económicas deberá contratar los servicios básicos de: Energía eléctrica, internet, y línea telefónica. Cabe destacar que cada una de estas empresas te exige una serie de requisitos, para poder obtener los servicios mencionados anteriormente, a continuación se presenta un detalle de los gastos que se deben hacer:



Contratación del servicio	Costo de Instalación	Mensualidad
Energía Eléctrica	\$ 6.88	\$ 5.16
Línea Telefónica e internet	\$ -	\$ 34.00
Total		\$ 39.16

Plan de gastos operativos mensuales: Se presenta una serie de gastos operativos tales como: Cargos básicos, papelería y útiles de oficina, materiales y suministros, gastos de mantenimiento.

Cargos Básicos: A continuación se presentan los gastos básicos en el que incurrirá la empresa que será durante los 6 meses esto debido al giro económico y la producción de la misma lo cual de detalla de esta manera:

Tabla de Detalle de cargos básicos			
Meses	Detalle	Mensualidad	Inversión Total
6	Línea Telefónica e internet	\$ 34.00	\$ 204.00
6	Energía eléctrica	\$ 5.16	\$ 30.94
6	Salarios de funcionarios y empleados	\$ 2,623.15	\$ 15,738.88
6	Agua purificada	\$ 2.23	\$ 13.41
6	Publicidad	\$ 68.76	\$ 412.55
Total			\$ 16,192.90



Papelería:

A continuación se detalla los gastos de papelería y útiles de oficina en que se incurrirá durante un periodo de seis meses, para llevar a cabo sus operaciones económicas.

Tabla de Detalle de Papelería y útiles de oficina			
Meses	Detalle	Cantidad	Inversión Total
6	Engrapadora	1	\$ 2.23
6	Lapiceros	12	\$ 1.55
6	Grapas	1	\$ 1.24
6	Talonnario de Facturas	6	\$ 17.19
6	Sellador	3	\$ 1.20
6	Calculadora	1	\$ 6.19
Total			\$ 29.60

Materiales y suministros:

La siguiente tabla muestra un detalle de las proyecciones para seis meses de los gastos de materiales y suministros que se ocuparán para realizar sus funciones diarias, para mantener un ambiente cálido y agradable.

Papelería y materiales de suministro				
Meses	Cantidad	Detalle	Precio por mes	Inversión Total
6	1	Desinfectantes	4.13	24.75
6	1	Detergentes	5.91	35.48
6	1	Escoba	1.20	7.22
6	1	Lampazo	2.92	17.53
6	15	Limpiones	0.76	68.07
6	1	Mechas	1.89	11.35
Total			-	\$ 164.40



3.6 Inversión en Mobiliario:

Para que la entidad realice sus operaciones es necesario invertir en mobiliario que se detallan a continuación:

Mobiliario							
Detalle	Marca	Modelo	Proveedor	Vida útil	Cantidad	Costo Unitario	Inversión Total
Escritorio de madera	-		Carpintería El Roble	5 Años	1	\$ 189.09	\$ 189.09
sillas Madera	-	-	Carpintería El Roble	5 Años	4	\$ 64.46	\$ 257.85
Mesas de madera	-	-	Carpintería El Roble	5 Años	4	\$ 257.85	\$ 1,031.38
Computadora DELL	DELL	3542	Digital Store	2 Años	1	\$ 14.44	\$ 418.74
Abanicos	Mastetech	1567-5R	Almacenes Tropigas	3 Años	1	\$ 18.22	\$ 18.22
Total							\$ 1,915.28

3.7 Ingeniería

Localización: En la siguiente lámina se presenta la ubicación exacta en donde se estarán brindando la producción y comercialización Pitahayeros del sur en el departamento de Rivas.

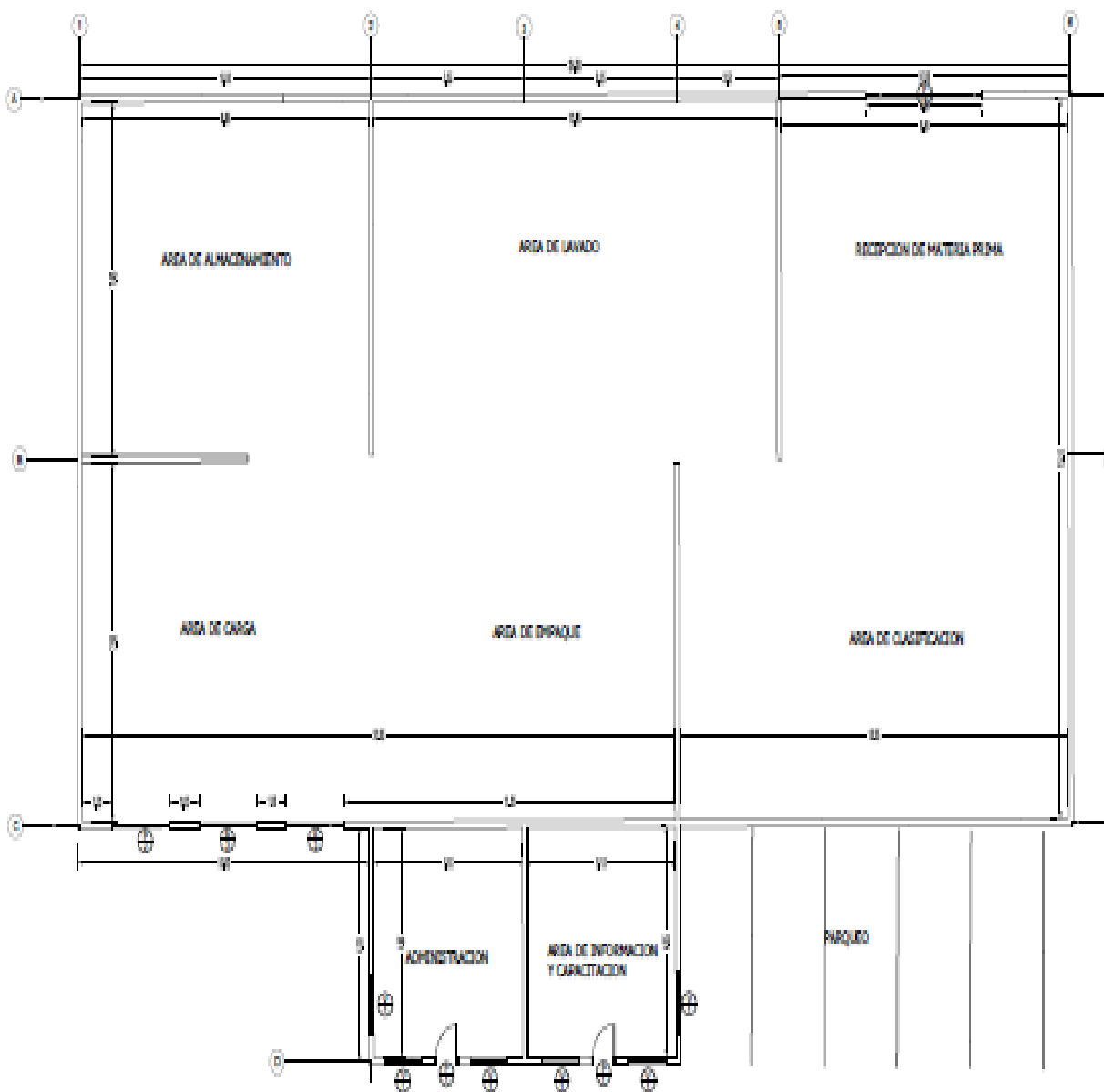


3.8 Diseño:

En cuanto al diseño la empresa constará con una área de recepción de materia prima, clasificación, lavado, empaque, almacenamiento y carga-distribución de las frutas, además de constar con una oficina administrativas y área de capacitación de productores esta última con el fin que productores que deseen integrarse al proyecto de producción y comercialización de la fruta puedan obtener todo la información necesaria para formar parte de la entidad.



Plano de la entidad Pitahayeros del sur:



Producción y comercialización de pitahaya



Inversión estimada:

Edificio					
Construcción de acopio, selección y distribución de pitahayas					
Materiales	UM	Cantidad	C/U	Costo Total C\$	Costo Total U\$
Cemento canal de 42.5 Kg	Saco	348	C\$ 265.00	C\$ 92,220.00	\$ 3,170.47
Arena	M3	21	C\$ 580.00	C\$ 12,180.00	\$ 418.74
Piedrin	M3	30	C\$ 525.00	C\$ 15,750.00	\$ 541.48
Golosos de 2"	Piezas	2794	C\$ 1.21	C\$ 3,380.74	\$ 116.23
Soldadura 60011 3/32"	libra	233	C\$ 45.00	C\$ 10,485.00	\$ 360.47
Láminas de zinc cal 26 de 12 ft	Piezas	200	C\$ 430.50	C\$ 86,100.00	\$ 2,960.06
Perlines de 2*4*1/16	Piezas	229	C\$ 400.00	C\$ 91,600.00	\$ 3,149.15
Hierro estándar corrugado de 3/8	varillas	53	C\$ 85.57	C\$ 4,535.21	\$ 155.92
Hierro estándar liso de 1/4	varillas	11	C\$ 34.65	C\$ 381.15	\$ 13.10
Alambre de amarre	Libra	3	C\$ 20.00	C\$ 60.00	\$ 2.06
Subtotal				C\$316,692.10	\$ 10,887.68



PLAN FINANCIERO



OBJETIVOS

- ✓ Consolidar la información proveniente de los diversos estudios realizados, convirtiéndola en términos monetarios.
- ✓ Realizar las proyecciones necesarias para la aplicación de los indicadores de evaluación financiera.
- ✓ Determinar la viabilidad del proyecto de acuerdo a los resultados obtenidos al aplicar los indicadores Financieros.

PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

- ✓ Inversión inicial.
- ✓ Ingresos proyectados.
- ✓ Costos y gastos proyectados.
- ✓ Depreciación de activos fijos
- ✓ Plan de financiamiento.
- ✓ Amortización de la deuda.
- ✓ Flujo de caja.
- ✓ Indicadores financieros.
- ✓ Balance de apertura.
- ✓ Estados de resultado proyectados.



INTRODUCCION

Una de las etapas más importantes al momento de analizar una empresa, es el planteamiento del estudio financiero.

Dicho estudio comprende información proveniente de datos obtenidos en estudios previos, los cuales, contienen toda la información correspondiente a la actividad que se espera ejecutar en el negocio, desde la aceptación del mismo, hasta cada utensilio que se espera utilizar. Esta información es condensada en el estudio financiero y convertida en términos monetarios, realizando así las proyecciones necesarias para tener una visión lo más exacta posible de cómo sería el funcionamiento de la actividad en cuanto a ingreso, costos y gasto y así determinar si esta es factible o no.

A continuación, se presentaran una serie de proyecciones sobre el plan de Negocios Propuesto dirigido a la producción y comercialización de pitahayas. Dichas proyecciones serán realizadas a un plazo de 5 años, comprendiendo información recolectada en los estudios previamente realizados, y representando las bases para la ejecución de las herramientas de análisis financiero, con las cuales se determinará la viabilidad del dicho plan.



4.1 Inversión Inicial para el proyecto.

Pitahayeros del sur
Tabla # 1
Balanza de Inversión Consolidada
(Cifras en dólares)

CONCEPTOS	VALOR
<u>Inversión en Capital de Trabajo:</u>	
Efectivo en Caja y Banco	40,158.30
Inventario de insumos	222.78
Alquiler del Terreno	350.00
Sub Total Inversión en Capital de Trabajo	40,731.08
<u>Inversión en Capital Fijo:</u>	
Terreno	5,000.00
Edificio	10,887.68
Mobiliario y equipo	1,975.86
Equipo de Acondicionamiento	2,475.48
Equipo Rodante	-
Inventario de Cultivo	6,961.83
Sub Total Inversión en Capital Fijo	27,300.85
<u>Inversión en Gastos Pre operativos:</u>	
-	
Investigación	44.01
Gastos legales	1,924.07
Sub Total Inversión en Gastos Pre operativos	1,968.08
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	70,000.00

Inversión de Capital de trabajo: Se encuentra representada por los recursos líquido, inventario de insumos, alquiler del terreno dando un importe de \$ 40,731.08 dólares, en efectivo caja y banco en este se incluyó el dinero para la compra de equipo rodante, sistema de riego salario de mano de obra y el alquiler de edificio para los dos primeros años, en cuanto a inventario de insumos se incorporó los costos de fertilizantes y fungicidas necesarios para el mantenimiento



Producción y comercialización de pitahaya

y cuidado de la planta; el alquiler es de \$350.00 dólares según lo estipulado en el contrato de arriendo de la propiedad.

Inversión en Capital Fijo: Se encuentra conformado por el terreno, edificio, mobiliario y equipo, equipo de acondicionamiento, rodante e inventario de cultivo dando un total de \$27,300.85 dólares, con respecto al terreno se comprará media manzana para construir el edificio y poder realizar las actividades económicas, en la cuenta de mobiliario y equipo se incluyó todo lo relacionado con la administración compra de muebles, sillas, mesas, computadoras, herramientas y enseres, para la corta – producción de la fruta, el inventario de cultivo está conformado con la compra de vainas y tutores.

Inversión en Gastos Pre operativos: Está representado por un importe de \$ 1,968.08 correspondiente a los gastos en que incurrirá la empresa para realizar sus operaciones tales como: Inscripción en la alcaldía, DGI y registro de la propiedad así como también los gastos incurridos en para la recolección de la información del proyecto.

4.2 Proyección de Ingresos por venta de Productos.

Pitahayeros del sur
Tabla # 2
Proyección de ingresos por ventas
(Cifras en Dólares)

CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO				
	1	2	3	4	5
Ingresos por venta de productos	-	43,318.03	136,451.78	143,274.37	150,438.09
Ingresos por venta de servicios	-	-	-	-	-
Otros ingresos	-	-	-	-	-
Ingresos Totales	-	43,318.03	136,451.78	143,274.37	150,438.09

Ingresos por venta de producto: En la siguiente tabla se muestra los ingresos proyectados durante la vida del proyecto, cabe destacar que en el primer año no se tendrán ingresos debido al proceso de siembra, crecimiento y etapa de desarrollo del cultivo. En el segundo año se tendrá ingresos de \$ 43,318.03, produciendo 3 manzanas de tierra con 1250 vainas produciendo un 40% de unidades dando un total de 62,500.00 Unidades por manzana para una producción total de 187,500.00 a esto se aplicó un 20% de desecho por las pérdidas por animales silvestres y frutas de mala calidad, obteniendo 150,000.00 unidades de aprovechamiento de la fruta lo anterior se dividió entre 12 para sacar las docenas

Producción y comercialización de pitahaya



producidas dando un importe de 12,500.00 docenas esto multiplicado por el precio de venta siendo este de U\$\$ 5.50 dólares más 5% de la inflación anual dando un ingreso de U\$\$ 72,196.71 dólares. A partir del tercer año en adelante se regula el ciclo de producción anual de 100 unidades por mata, dando una producción por manzana de 125,000.00 unidades para una producción total de 375,000.00 de igual forma se le aplicará el 20% de desecho por año para una obtención de 300,000.00 unidades de aprovechamiento con un total de 25,000.00 docenas producidas por año multiplicada por el precio de venta más la inflación.

4.3 Proyección de Costos Variables

Pitahayeros del sur

Tabla # 3

Proyección de costos variables
(Cifras en Dólares)

CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO				
	1	2	3	4	5
Costos variables de productos	-	3,355.47	6,253.97	6,340.37	6,426.92
Costos variables de servicios	-	-	-	-	-
Otros costos variables	-	-	-	-	-
Costos variables totales	-	3,355.47	6,253.97	6,340.37	6,426.92

Costos Variables: Dentro de los costos variables se encuentra la mano de obra para la corta, cajas, etiqueta, lanillas, guantes y combustible de los cuales la empresa tendrá que incurrir para sacar al mercado las unidades producidas, cabe destacar que en el primer año no se muestra los costos variables ya que no se harán uso de estos, las proyecciones se muestran a partir del segundo año en adelante con un precio de adquisición de U\$\$ 3,355.63 dólares, pero del tercer al quinto año por un importe total de U\$\$ 6,254.14. Cada uno de los precios tiene un aumento del 5% equivalente a la inflación por año.



4.4 Proyección de Costos Fijos.

Pitahayeros del sur

Tabla # 4
Proyección de Costos Fijos
(Cifras en Dólares)

CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO				
	1	2	3	4	5
<u>Gastos personales:</u>					
Salarios	6,875.88	11,345.20	12,479.72	13,727.69	15,100.46
Prestaciones de ley	1,718.97	2,836.30	3,119.93	3,050.60	3,355.66
Gastos patronales	1,443.93	2,382.49	2,620.74	2,882.81	3,171.10
Sub total gastos personales	10,038.78	16,563.99	18,220.39	19,661.10	21,627.21
<u>Gastos no personales:</u>					
Cargos básicos	88.70	501.13	526.19	552.50	580.12
Gasto en papelería y útiles	89.66	94.14	94.14	94.14	94.14
Gastos en materiales y suministros	16.81	17.65	17.65	17.65	17.65
Gastos en mantenimiento	250.97	523.43	536.42	536.42	536.42
Mantenimiento del cultivo	-	357.10	784.60	1,103.21	1,158.37
Gastos en publicidad	-	412.55	433.18	433.18	433.18
Cuota DGI	82.51	82.51	82.51	82.51	82.51
Alquiler	-	530.00	530.00	530.00	530.00
Sub total gastos no personales	528.65	2,518.52	3,004.70	3,349.62	3,432.41
Gastos fijos totales	10,567.43	19,082.51	21,225.08	23,010.72	25,059.62

Gastos Personales: Este conformado por los salarios de los funcionarios y empleados de Pitahayeros del sur, prestaciones de ley y gastos patronales. Dentro de los salarios, se tomó como punto de partida el mes que iniciara el proyecto, por lo cual para el primer año se calcularon salarios correspondientes a 8 meses (Mayo-Diciembre), y a partir del segundo al quinto año, se les aplica un aumento



correspondiente al 10% como política interna de ajuste salarial. Con respecto a las prestaciones de ley, se tiene estimado el costo anual por Vacaciones, 13vo mes e indemnización por antigüedad equivalente a un 25% anual de los salarios para los primeros 3 años, y un 22.22% para el cuarto y quinto año por la variación en la indemnización.

Y por último, las obligaciones patronales, correspondientes al INSS Patronal (19%), que según la ley para el próximo año 2017 pasara el 18.5% al 19%, y el Inatec (2%), que pagan continuamente.

Gastos no personales: Dentro de los gastos no patronales se encuentra los cargos básicos tales como: Energía eléctrica, agua purificada, línea telefónica e internet, cada destacar que para el primer año no se incurrirá en la contratación de la línea telefónica e internet, debido que hasta en el segundo año en adelante se estará vendiendo las unidades producidas y por ende a partir de ese año se hará uso de los servicios antes mencionados, con respecto a papelería y útiles de oficina tenemos: talonarios de facturas, lápices, calculadora, selladores, entre otros. En materiales y suministros se reflejan los productos de aseo y limpieza siendo estos de \$ 16.81 dólares para el primer año, en cuanto a gastos de mantenimiento se incluyó el manteniendo del sistema de riego, muebles y equipos de cómputos, a partir del segundo año se incluye el mantenimiento del equipo rodante ya que hasta ese año se adquiere.

Mantenimiento de cultivo se encuentra conformado por los fertilizantes, fungicidas e insecticidas para el mantenimiento y cuidado de la planta; por otra parte se encuentra la cuota a la Delegación General de Ingresos (DGI), así como también el alquiler del terreno y edificación en el mercado municipal de Rivas del segundo año en adelante ya que en el primer año se incluyó en el efectivo caja y banco en la balanza inicial. A todo lo anterior se le sumo el 5% de inflación anual.



1.17 Programa de Depreciación para los Activos Fijos

Pitahayeros del sur

Tabla # 5

Programa de depreciación de activos

(Cifras en indicar la moneda)

ACTIVO	CANTIDAD	COSTO INSTALADO	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL					DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
					1	2	3	4	5		
Sistema de Riego	1.00	3,501.48	700.30	5 Años	560.24	560.24	560.24	560.24	560.24	2,801.19	700.30
Camión	1.00	7,000.00	2,000.00	5 Años	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	5,000.00	2,000.00
Mobiliario	1.00	1,482.75	500.00	5 Años	196.55	196.55	196.55	196.55	196.55	982.75	500.00
Computadora	1.00	380.00	-	2 Años	190.00	190.00	-	-	-	380.00	-
Abanico	1.00	73.10	-	3 Años	24.37	24.37	24.37	-	-	73.10	-
Edificio	1.00	10,887.68	5,443.84	10 Años	544.38	544.38	544.38	544.38	544.38	2,721.92	8,165.76
TOTALES					2,515.54	2,515.54	2,325.54	2,301.17	2,301.17		11,366.06



Depreciación de Activos:

En la siguiente tabla se muestran todos los activos con que cuenta la empresa, los cuales se irán depreciando a lo largo de la vida del proyecto, cabe aclarar que se presentan tres tipos de depreciaciones debido a que estos son variables, los tres primeros activos se depreciara en un lapso de cinco años, para el cuarto activo en dos años y un último en tres años, el valor residual resulta de la multiplicación del costo instalado por el 20% este porcentaje es determinado por la ley de concertación tributaria, la depredación anual se le resta el costo instalado menos el valor residual luego se multiplico por la vida útil del activo. En la depreciación acumulada se multiplico la depreciación anual por la vida útil y para el cálculo del valor en libro primero se procedió a multiplicar el costo instalado por la cantidad luego el resultado se le resto con la depreciación acumulada.

4.6 Plan de financiamiento de recursos para la ejecución del proyecto

Pitahayeros del sur

Tabla # 6

Tasa de Rentabilidad Mínima Requerida del Proyecto

(Cifras en indicar la moneda)

FUENTES	APORTE MONETARIO	PESO (%)	COSTO	COSTO PONDERADO
Financiamiento	40,000.00	57.14%	14.00%	8.00%
Aportación del Propietario	30,000.00	42.86%	30.00%	12.86%
		0.00%	00.00%	0.00%
TOTAL	70,000.00	100.00%	CCPP:	20.86%

De acuerdo al saldo inicial del proyecto del efectivo de Caja y Banco con el cual inicia la institución es de 37,634.25 U\$; También obtendremos un financiamiento del LAFISE BANCENTRO de unos 40,000 U\$ con un porcentaje del 14% de interés con una cuota fija anual de 11,651.34 este es un préstamo a largo plazo de 5 años el cual lo estaremos utilizando para trabajo de capital, siembra del cultivo adquisición de mobiliarios y compra de equipo de trabajo, siembra, mantenimiento de cultivo, pago de salarios gastos fijos y gastos financieros por lo que en el primer año no generaríamos utilidades debido a la inversión. Los 40,000 U\$ que financio el banco es una parte de la inversión con un costo del 57.14% con un costo promedio ponderado del 8% de la inversión y la otra parte de los socios que seria 30,000 U\$ que representa el 42.86% con un costo del 30% completando el 100% de la inversión esto quiere decir, que esto equivale a la inversión del plan

Producción y comercialización de pitahaya



de dicho proyecto. Cabe destacar que durante el primer año no tendríamos ganancias pero que en el segundo año en adelante recuperaríamos los ingresos y utilidades, ya que dicho producto es demandado por pequeños y medianos comerciantes.

4.7 Plan de Amortización de la Deuda

Pitahayeros del sur Plan de Amortización de la Deuda

							Moneda	
Valor Préstamo:	40,000.00	Frec. Pagos:	Anual	Tipo Amortiz:	Cuota nivelada	c\$ <input type="checkbox"/> U <input checked="" type="checkbox"/>		
Plazo en años:	5 Años	Tasa anual:	14.00%	Fecha entrega:	1-abr-17			
CUOTA N°	FECHA	DIAS	PAGO	MANTEN. VALOR	INTERESES	AMORTIZACIÓN	SALDO	
0	01-04-17						40,000.00	
1	01-04-18	365	11,651.34	-	5,600.00	6,051.34	33,948.66	
2	01-04-19	365	11,651.34	-	4,752.81	6,898.53	27,050.13	
3	01-04-20	366	11,651.34	-	3,797.39	7,853.95	19,196.18	
4	01-04-21	365	11,651.34	-	2,687.47	8,963.87	10,232.31	
5	01-04-22	365	11,664.83	-	1,432.52	10,232.31	-	
TOTALES			58,270.19	-	18,270.19	40,000.00		

Plan de Amortización de la deuda: A continuación se presenta la amortización de la deuda que la empresa adquirirá con la institución financiera LAFISE BANCENTRO, por un importe de U\$\$40,000.00 dólares, aun plazo de cinco años y una tasa de interés del 14%. Cabe destacar que el préstamo es agrícola y se pondrá como garantía el cultivo y producción de la fruta.

Producción y comercialización de pitahaya



4.8 Flujo de efectivo proyectado a 5 años

Pitahayeros del sur
Tabla 8
Flujo de caja del proyecto
(Cifras en U\$\$)

Conceptos	Años de operación del proyecto					
	0	1	2	3	4	5
<i>Inversiones realizadas en el año cero</i>						
Inversión en Capital de Trabajo	(40,729.31)					
Inversión en Capital Fijo	(27,288.77)					
Inversión en Gastos Pre operativos	(1,968.08)					
<i>Flujos operativos del proyecto</i>						
Ingresos por venta de bienes y servicios		-	43,318.03	136,451.78	143,274.37	150,438.09
Costos variables de bienes y servicios		-	(3,355.47)	(6,253.97)	(6,340.37)	(6,426.92)
Costos fijos		(10,567.43)	(19,082.51)	(21,225.08)	(23,010.72)	(25,059.62)
Depreciaciones		(2,515.18)	(2,515.18)	(2,325.18)	(2,300.89)	(2,300.89)
Amortización de intangibles		<u>(393.62)</u>	<u>(393.62)</u>	<u>(393.62)</u>	<u>(393.62)</u>	<u>(393.62)</u>
Utilidades antes de impuestos		(13,476.23)	17,971.25	106,253.93	111,228.77	116,257.05
Impuestos sobre la renta (30%)		<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>
Utilidades después de impuestos		(13,476.23)	17,971.25	106,253.93	111,228.77	116,257.05
(+) Depreciaciones y amortizaciones		<u>2,908.80</u>	<u>2,908.80</u>	<u>2,718.80</u>	<u>2,694.50</u>	<u>2,694.50</u>
(=) Flujos de caja anuales del proyecto		(10,567.43)	20,880.05	108,972.73	113,923.28	118,951.56
<i>Flujo de caja del último año</i>						
Retorno del Capital de trabajo						40,729.31
Valores de salvamento neto						<u>11,365.70</u>
Sub total flujo de caja del último año						<u>52,095.01</u>
Flujos de caja neto sin financiamiento	(69,986.15)	(10,567.43)	20,880.05	108,972.73	113,923.28	171,046.56
Financiamiento						

Producción y comercialización de pitahaya



Préstamos	40,000.00					
Amortización del principal		(6,051.34)	(6,898.53)	(7,853.95)	(8,963.87)	(10,232.31)
Escudo fiscal de los intereses		-	-	-	-	-
Flujos de caja neto con financiamiento	(29,986.15)	(16,618.77)	13,981.52	101,118.78	104,959.41	160,814.25



4.9 Indicadores de Evaluación Financiera

INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA	
PERÍODO DE RECUPERACIÓN (PRI)	2.32 Años
VALOR PRESENTE NETO AL 20.86%	134,681.23
TASA INTERNA DE RETORNO	81.29%
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO	5.49

1. En base a los fijos estimados, el inversionista recuperaría la inversión en dos años, 3 meses y siete días, esto indica que el proyecto es alto en liquidez lo que es evidente y el producto que se comercializara tiene una alta rotación de inventario.
2. El cálculo del valor presente neto se ha realizado en base a una tasa de descuento del 20.86%, esta tasa representa el rendimiento deseado por parte de pitahayeros del sur en la inversión realizada, a este nivel la rentabilidad requerida, el negocio proporcionara beneficios adicionales de U\$\$ 134,681.23 dólares, esto significa que el proyecto después de haber recuperado la inversión y generar una rentabilidad del 20.86% también generará una ganancia de U\$\$ 134,681.23 en un horizonte de cinco años.
3. La tasa de rentabilidad del proyecto es de 81.29% anual una tasa atractiva y un margen de seguridad más de 60 puntos porcentuales por encima de la tasa de rentabilidad mínima requerida para la inversión.
4. Finalmente, la relación beneficios costos muestra que por cada dólar invertido la empresa retribuirá U\$\$ 5.49 en términos brutos, es decir después de recuperará el U\$\$ 1.00 invertido, generará U\$\$ 4.49 de ganancia neta sobre la inversión.

Producción y comercialización de pitahaya



PITAHAYEROS DEL SUR
Ruc N°
Rivas, Nicaragua
BALANCE DE APERTURA
"Expresado en dólares"

DETALLE	SALDO ACTUAL
<u>ACTIVO</u>	
Corriente	
Efectivo en Caja y Banco	40,158.30
Inventario de insumos	222.78
Alquiler del Terreno	350.00
Total Corriente	40,731.08
No Corriente	
Propiedad Planta y Equipo	
Terreno	5,000.00
Edificio	10,887.68
Mobiliario y equipo	1,975.86
Equipo de Acondicionamiento	2,475.48
Equipo Rodante	-
Inventario de Cultivo	6,961.83
Intangibles	
Investigación	44.01
Gastos legales	1,924.07
Total No Corriente	29,268.93
TOTAL ACTIVOS	70,000.00
<u>PASIVO</u>	
Corriente	
-	-
No Corriente	
Préstamo por Pagar Largo Plazo	40,000.00
TOTAL PASIVO	40,000.00
<u>CAPITAL</u>	
Capital Social	30,000.00
TOTAL CAPITAL	30,000.00
TOTAL PASIVO MAS CAPITAL	70,000.00

Elaborado

Revisado

Autorizado



Pitahayeros del sur

Ruc N°

Rivas, Nicaragua

Estado de Resultado Anual

"Expresado en dólares"

<u>Ingresos</u>	1 Año	2 Año	3 Año	4 Año	5 Año
Ingresos por venta de productos	\$ -	\$ 43,318.03	\$ 136,451.78	\$ 143,274.37	\$ 150,438.09
Ingresos por venta de servicios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Ingresos	\$ -	\$ 43,318.03	\$ 136,451.78	\$ 143,274.37	\$ 150,438.09
<u>Costos</u>					
Costos Variables	\$ -	\$ 3,355.47	\$ 6,253.97	\$ 6,340.37	\$ 6,426.92
Costos Fijos	\$ 5,060.77	\$ 7,813.07	\$ 8,787.74	\$ 9,593.32	\$ 10,522.36
Total Costos	\$ 5,060.77	\$ 11,168.54	\$ 15,041.71	\$ 15,933.69	\$ 16,949.28
Utilidad o Deficift Bruto	\$ (5,060.77)	\$ 32,149.49	\$ 121,410.07	\$ 127,340.68	\$ 133,488.82
<u>Gastos Operacionales</u>					
Gastos de Venta	\$ 2,181.24	\$ 4,239.37	\$ 4,816.05	\$ 5,280.56	\$ 5,719.40
Gastos de Administración	\$ 3,337.80	\$ 5,864.91	\$ 6,339.63	\$ 6,765.15	\$ 7,308.99

Producción y comercialización de pitahaya



Gastos Financieros	\$ 5,600.00	\$ 4,752.81	\$ 3,797.39	\$ 2,687.47	\$ 1,432.52
Depreciación Acumulada	\$ 2,515.18	\$ 2,515.18	\$ 2,325.18	\$ 2,300.89	\$ 2,300.89
Total Gastos Operacionales	\$ 13,634.22	\$ 17,372.28	\$ 17,278.24	\$ 17,034.06	\$ 16,761.80
Utilidad o Excedente Operacional	\$ (18,694.99)	\$ 14,777.21	\$ 104,131.82	\$ 110,306.62	\$ 116,727.02
UTILIDAD Ó PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$ (18,694.99)	\$ 14,777.21	\$ 104,131.82	\$ 110,306.62	\$ 116,727.02

Elaborado Por:

Revisado Por:

Supervisado Por:

4.10 Punto de equilibrio:

PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO	
PEF:	$\frac{CF+ GF}{PV- CVU}$
PEF:	$\frac{16,618.77}{10.27}$
PEF:	1,617



Producción y comercialización de pitahaya

Encuesta

Producción y Comercialización de Pitahaya:

Somos estudiantes de la Universidad Upolí - RUC Rivas, estamos interesados en crear un idea negocio en el sector agroindustrial. Se trata de **Producir y comercializar Pitahayas en Rivas**. Los datos que usted nos suministre serán valorados para la realización del Proyecto.

I. Datos Generales:

1. Tipo de negocio: _____ Categoría: _____
2. Sector formal: Sector Informal:

II. Datos del negocio:

1. ¿Dentro de los productos que usted acostumbra a comprar se encuentra la pitahaya?

Sí No

2. ¿Dónde adquiere este producto?

Mercado

Súper mercado

Otros _____

(Especifique)

3. ¿Con qué frecuencia se abastece?

Cada 2 días Cada 8 días Cada 15 días da 30 días

4. Indique la cantidad de pitahaya que usted compra

Unidad Media docena Una Docena

5. ¿Cuáles son las frutas que comercializa con mayor frecuencia?

Chalala Melón Granadía Papaya

6. Valore el nivel de precio de este producto en temporada

Muy Alto Alto Bajo Accesible

7. ¿Al Existir una fuente de abastecimiento de este producto en Rivas, cuanto estaría usted dispuesto a comprar?

1-3 Docenas 4-6 Docenas 7-10 Docenas 10-15 Docenas

20-30 Docenas 50 a más Docenas

8. ¿De existir este negocio donde le gustaría que se ubicara?

Mercado Afueras de la cuidad Otros: _____

Especifique

9. ¿Por qué medio le gustaría que se le diera publicidad?

Web Radio Televisión Megáfono Otros: _____

Especifique



Producción y comercialización de pitahaya

Encuesta

Producción y Comercialización de Pitahaya:

Somos estudiantes de la Universidad Upolí - RUC Rivas, estamos interesados en crear un idea negocio en el sector agroindustrial. Se trata de **Producir y comercializar Pitahayas en Rivas**. Los datos que usted nos suministre serán valorados para la realización del Proyecto.

I. Datos Generales:

1. Tipo de negocio: _____ Categoría: _____
2. Sector formal: Sector Informal:
3. Tipo de distribuidor: Mayorista Detallista

II. Datos del negocio:

1. ¿Dentro de los productos que comercializa se encuentra la pitahaya?

Sí No

2. ¿Dónde adquiere este producto?

Carazo Masaya Managua Rivas Otros: _____ (Especifique)

3. Con qué frecuencia se abastece?

Cada 2 días Cada 8 días Cada 15 días Cada 30 días

4. Indique la unidad de medida que acostumbra a comprar?

Docena Cajillas Otros: _____
Especifique

5. Valore el nivel de precio de este producto en temporada

Muy Alto Alto Bajo Accesible

6. ¿Al existir una fuente de abastecimientos de este producto en Rivas, cuanto estaría dispuesto a comprar?

1-3 Docenas 4-6 Docenas 7-10 Docenas 10-15 Docenas
20-30 Docenas 50 a más Docenas

7. ¿De existir este negocio dónde le gustaría que se ubicara?

Mercado de Rivas Afueras de Rivas Otros: _____
Especifique

8. ¿Por qué medio le gustaría que se le diera publicidad?

Web Radio Televisión Megáfono Otros: _____



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

www.inta.gob.ni

www.ipsa.gob.ni

www.bcn.gob.ni



Producción y comercialización de pitahaya

ANEXOS:



Anexo N°1 Bomba Fumigadora



Anexo N° 2 Motor para Riego



Anexo N° 3 Tijera para corte



Anexo N° 4 Maquina para Chapiado



Producción y comercialización de pitahaya



Anexo N° 5 Etiqueta



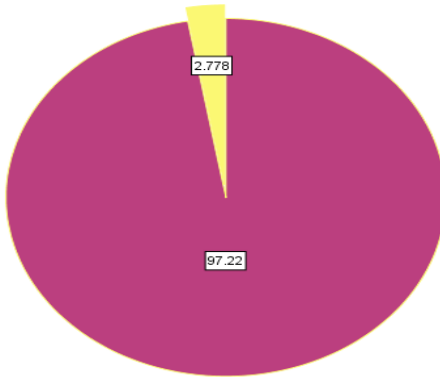
Anexo N° 6 Caja para empaque



Producción y comercialización de pitahaya

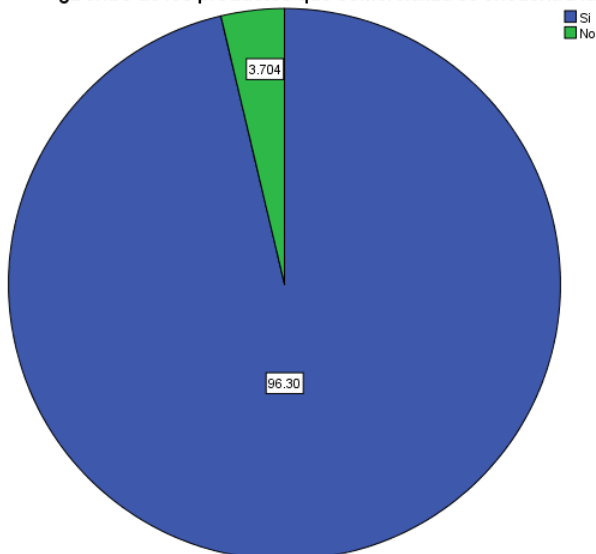
Análisis de las encuestas:

sector Restaurantes
¿Dentro de los productos que comercializa se encuentra la pitahaya?



Anexo 8 sector Restaurante

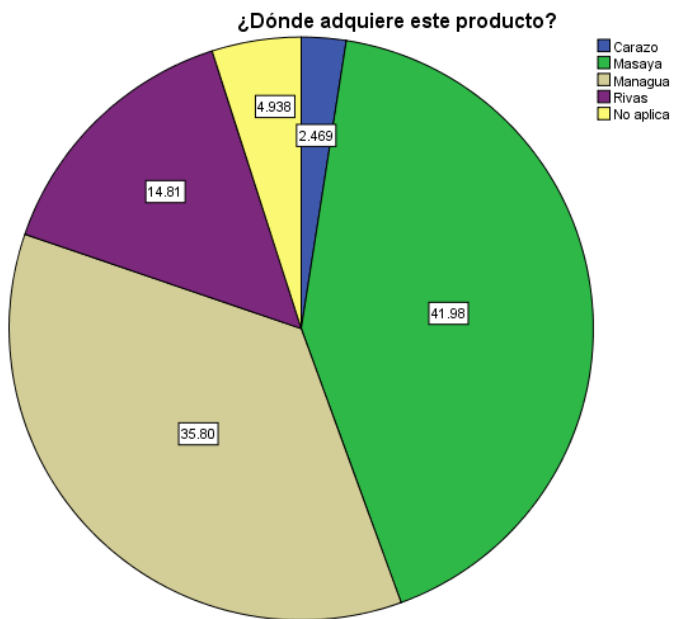
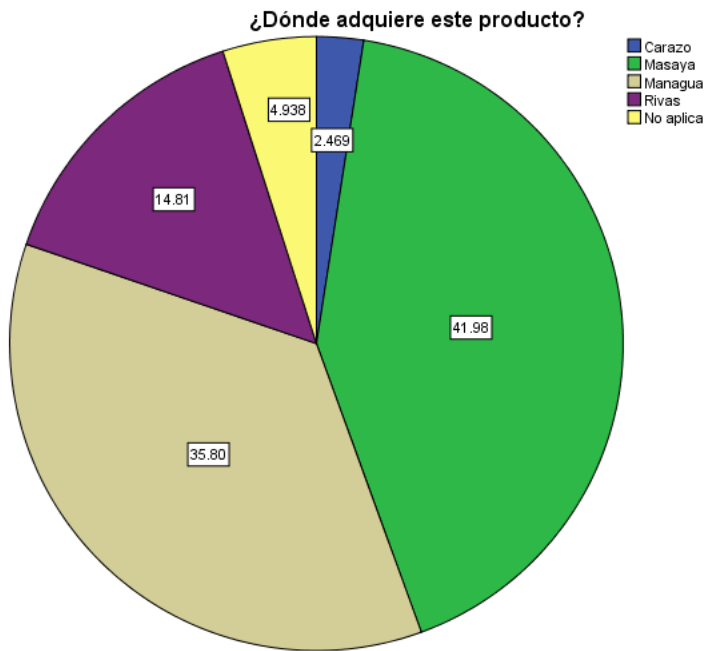
¿Dentro de los productos que comercializa se encuentra la pitahaya?





Producción y comercialización de pitahaya

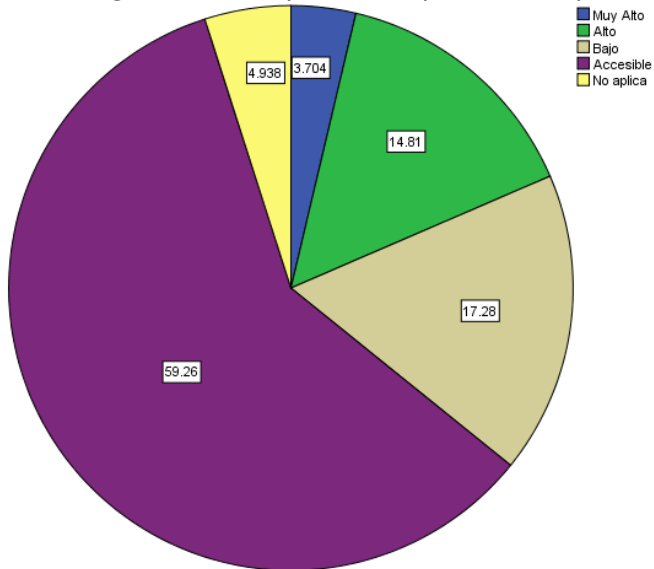
Anexo 9 Sector Comercio



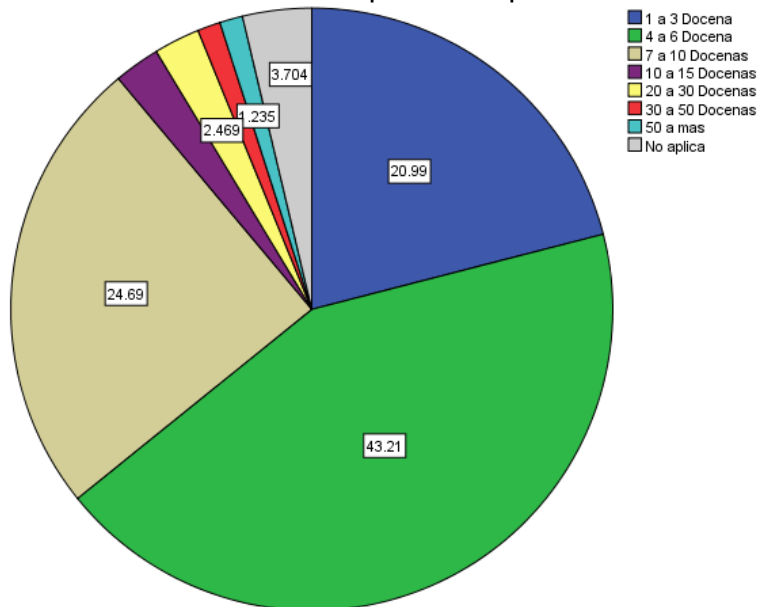


Producción y comercialización de pitahaya

¿Valore el nivel de precio de este producto en temporada?



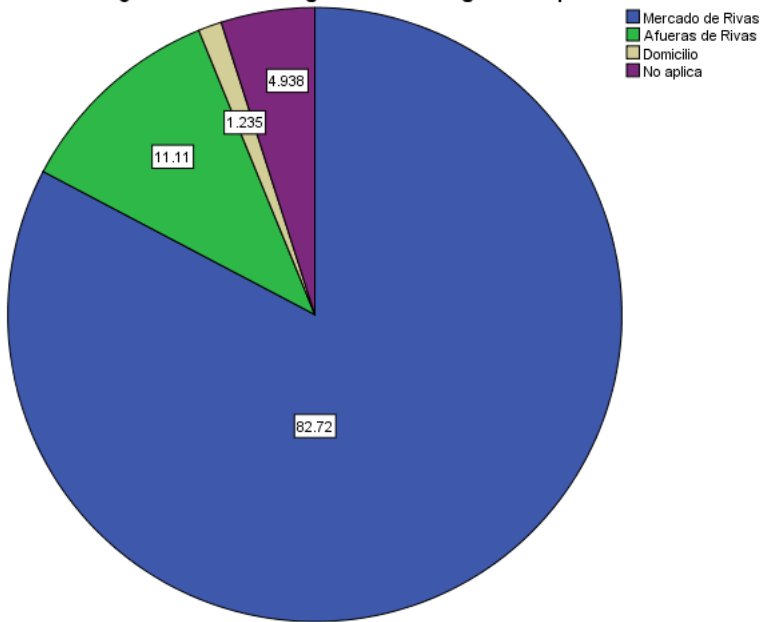
¿Al existir una fuente de abastecimiento de este producto en Rivas, cuanto estaría dispuesto a comprar?



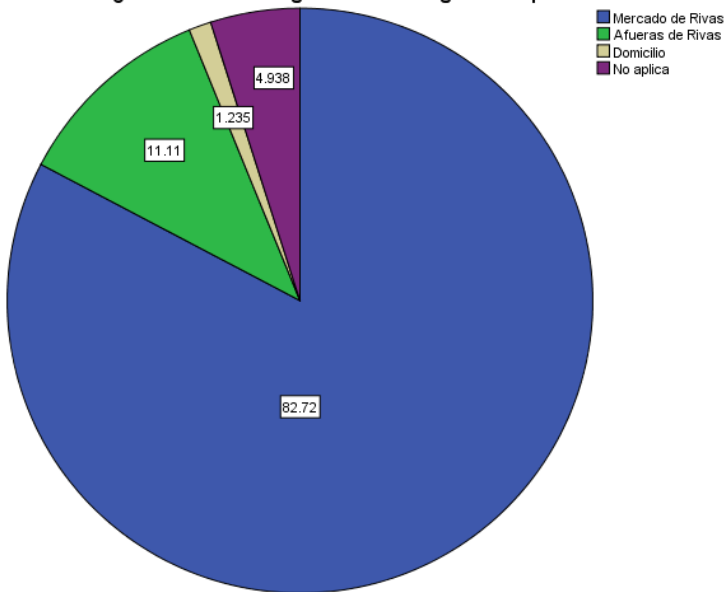


Producción y comercialización de pitahaya

¿De existir este negocio dónde le gustaría que se ubicara?

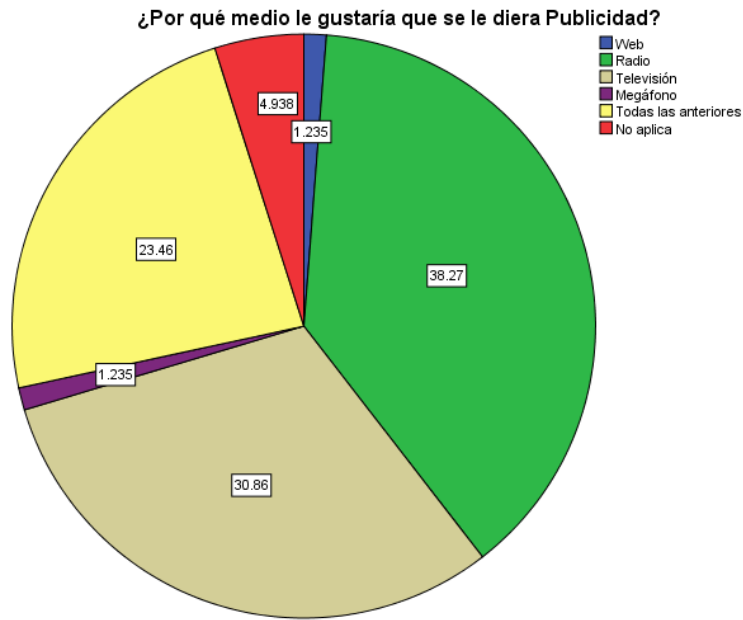


¿De existir este negocio dónde le gustaría que se ubicara?





Producción y comercialización de pitahaya





Producción y comercialización de pitahaya

Investigación de Campo:

