



Universidad
Politécnica
de Nicaragua

Sirviendo a la Comunidad

Plan de Negocios

Cooperativa Exportadora de Flor Tropical Heliconia NICAFLOWER R.L.

**Tesis Para Obtener Títulos de Licenciaturas en Administración de Empresa,
Mercadotecnia, Contaduría Pública y Finanzas, Banca y Finanzas.**

Autores:

Josseling De Los Ángeles Gaitán Cedeño

Perla Vanesa Castro Casco

Maria Esther Bermúdez Amador

Ingrid Ivania Salinas Valdez

Amy Cristhina Stubbs Berdugo

Tutores:

Msc. Fanny Mendoza Garcia

Msc. Marbell Tatiana Guzmán Potosme

Noviembre 2017

Managua, Nicaragua

ÍNDICE

Dedicatoria - - - - -	06
Agradecimientos - - - - -	08
Resumen Ejecutivo - - - - -	11
1. Objetivos- - - - -	13
1.1 Objetivo General	
1.2 Objetivos Específicos	
2. Aporte del Proyecto a la Economía Nacional - - - - -	14
3. Perfil Estratégico- - - - -	15
3.1. Misión - - - - -	15
3.2. Visión - - - - -	15
3.3. Estrategia Genérica - - - - -	15
4. Plan de Marketing - - - - -	17
4.1. Análisis del Entorno - - - - -	17
Producto Interno Bruto - - - - -	18
Inflación - - - - -	19
Empleo - - - - -	20
Ambiente Político Legal- - - - -	21
Ambiente Socio Cultural - - - - -	23
Variable Demográfica - - - - -	23
Estilo de Vida y Hábitos del Consumo - - - - -	23
Los Mejores Mercados de Flores en Holanda- - - - -	24
Análisis Ambiental - - - - -	24
Ambiente Tecnológico-- - - - - -	25
Imagen No. 01 - - - - -	25
Necesidad de la Información - - - - -	26
Fuerzas Competitivas de Porter- - - - -	27
Análisis del Sector - - - - -	27
Tabla No.1- - - - -	28
Tabla No.2- - - - -	29
Tabla No.3 - - - - -	30
Antecedentes y Definición del Problema - - - - -	30

Justificación del Problema - - - - -	31
Objetivos de la Investigación - - - - -	32
Metodología - - - - -	32
Fuentes de Datos - - - - -	33
Población y Muestra - - - - -	33
Instrumento de Recolección de Datos- - - - -	34
Trabajo de campo - - - - -	34
4.2. Decisiones Estratégicas de Mercado - - - - -	34
4.2.1. Descripción del Producto - - - - -	34
Imagen No. 2- - - - -	35
Imagen No. 3- - - - -	35
Niveles del Producto - - - - -	36
Imagen No. 4- - - - -	36
Ciclo de Vida del Producto - - - - -	36
Imagen No. 5- - - - -	37
Imagen No. 6- - - - -	37
Definición de Gama Cromática - - - - -	38
4.2.2. Análisis de la Competencia- - - - -	38
Tabla No. 4 - - - - -	38
4.2.3. Objetivos de Marketing- - - - -	39
4.2.4. Mercado Meta- - - - -	40
Principales Clientes - - - - -	40
Descripción de la Empresa - - - - -	40
Imagen No. 7- - - - -	41
Imagen No. 8- - - - -	41
Imagen No. 9- - - - -	41
4.2.5. Demanda y Participación de Mercado - - - - -	42
Tabla No. 5 - - - - -	42
Proyección de la Demanda en Toneladas- - - - -	43
Tabla No. 6- - - - -	43
Proyección de Participación en el Mercado - - - - -	43
Tabla No. 7- - - - -	43

Participación en Kilogramos- - - - -	43
Tabla No. 8- - - - -	43
Participación en Gramos - - - - -	44
Tabla No. 9- - - - -	44
Total de Tallos a Exportarse- - - - -	44
Tabla No. 10- - - - -	44
Proyecciones de ventas en miles de dólares - - - - -	44
Tabla No. 11- - - - -	44
4.2.6. Estrategias de Marketing- - - - -	45
Estrategia de Posicionamiento- - - - -	45
Estrategia de Segmentación de Mercado - - - - -	46
4.2.7. Plan de Acción- - - - -	46
Acción de Producto- - - - -	46
Acción de Precio - - - - -	47
Tabla No. 12 - - - - -	47
Acción de Promoción - - - - -	47
Plan Estratégico de Comunicación - - - - -	47
Presupuesto de Promoción - - - - -	48
Tabla No. 13- - - - -	48
Imagen No. 10 - - - - -	48
Acción de Distribución- - - - -	49
4.2.8. Proyecciones de Ventas - - - - -	50
Tabla No. 14- - - - -	50
5. Plan Organizacional- - - - -	51
5.1 Forma de la Empresa- - - - -	51
5.2 Estructura Organizacional- - - - -	52
Actividades y Gastos Pre Operativos - - - - -	53
Tabla No. 15 - - - - -	53
6. Plan de Producción- - - - -	55
Imagen No. 11- - - - -	55
6.1 Flujograma del Proceso de Producción- - - - -	55
Imagen No. 12- - - - -	55

Descripción del Proceso de Producción- - - - -	56
Imagen No. 13- - - - -	57
Imagen No. 14- - - - -	57
6.2 Activo Fijo- - - - -	58
Tabla No. 16 - - - - -	58
Términos y Condiciones de la Compra de Activos Fijos- - - - -	58
Tabla No. 17 - - - - -	59
Gastos de Mantenimiento- - - - -	60
Tabla No. 18- - - - -	60
6.3 Vida Útil de Activos Fijos - - - - -	61
Tabla No. 19 - - - - -	62
6.4 Capacidad Planificada y Futura - - - - -	63
Tabla No. 20 - - - - -	63
6.5 Materia Prima Necesaria y Costo de la Materia Prima- - - - -	64
Tabla No. 21 - - - - -	64
Tabla No. 22 - - - - -	65
Costos Embalaje- - - - -	65
Tabla No. 23 - - - - -	66
Tabla No. 24 - - - - -	66
Tabla No. 25 - - - - -	66
Tabla No. 26 - - - - -	67
Tabla No. 27 - - - - -	67
Tabla No. 28 - - - - -	68
6.6 Mano de Obra Directa e Indirecta - - - - -	68
Tabla No. 29 - - - - -	68
Tabla No. 30 - - - - -	68
Tabla No. 31 - - - - -	69
Tabla No. 32 - - - - -	69
6.7 Gastos Generales de la Empresa - - - - -	70
Tabla No. 33 - - - - -	70
Tabla No. 34 - - - - -	70
Tabla No. 35 - - - - -	71

7. Plan de Finanzas- - - - -	72
7.1 Plan Financiero - - - - -	72
Tabla No. 36 - - - - -	72
Detalle de Costo de Producción por Caja - - - - -	73
Tabla No. 37 - - - - -	73
Costo de Producción Anual y por Unidades Producidas - - - - -	73
Tabla No. 38 - - - - -	74
Detalle de Costo Bruto por Producción - - - - -	74
Tabla No. 39 - - - - -	74
Estados Financieros Proyectados- - - - -	75
7.2 Estado de Pérdidas y Ganancias- - - - -	75
Tabla No. 40 - - - - -	75
7.3 Balance General - - - - -	75
Tabla No. 41 - - - - -	76
7.4 Estado Flujo de Caja - - - - -	77
Tabla No. 42 - - - - -	77
7.5 Programa de Devolución del Préstamo - - - - -	77
Tabla No. 43 - - - - -	77
7.6 Punto de Equilibrio- - - - -	79
Tabla No. 44 - - - - -	79
7.7 Razones Financieras - - - - -	79
Tabla No. 45 - - - - -	79
7.8 Flujo de Fondos- - - - -	80
Tabla No. 46 - - - - -	80
7.9 Periodo de Recuperación - - - - -	80
Tabla No. 47 - - - - -	80
8. Conclusiones - - - - -	81
9. Referencias Bibliográficas - - - - -	82
10. Anexos- - - - -	85 - 113

DEDICATORIA

Este proyecto es dedicado primeramente a Dios por darme la satisfacción de tener a mis padres con vida y mucha salud, solo él sabe lo importante que son ellos para mí. Él simplemente respondió a esto con más bendiciones de las que yo me pudiera imaginar y ha permanecido siempre fiel en mi vida. Gracias papa Dios por darme la dicha de hoy escribirles esta dedicatoria.

A mi madre adorada Olga Cedeño y a mi padre querido José Ángel Gaitán por ser ellos dos mi árbol principal que me cobijó bajo su sombra dándome así la fuerza para seguir caminando y lograr así esta meta anhelada, por haberme dado la vida y por sus luchas constantes de trabajo y esfuerzo para que nunca me faltará nada. Es de ustedes este logro y todos los que me faltan por alcanzar, este es el comienzo de una vida llena de éxitos para ustedes. Gracias por su persistencia, por tantos consejos y tanto amor hacia mí. **Gracias mis viejos queridos, que Dios me los bendiga siempre los amo.**

...Y a todas esas personas que en algún momento me estuvieron apoyando durante mi carrera y durante la realización de este proyecto.

Josseling Gaitán

Se lo dedico a Dios primeramente por darme una oportunidad más en la vida y que pudiese terminar mis estudios universitarios.

A mi esposo William Lozano y pequeña hija Meghan Lozano, que me dan su amor incondicionalmente, su paciencia y comprensión, por ellos lucho para ser cada día mejor.

Perla Castro

A Dios quien me dio la vida y cada día me ha llenado de gracia, favor y sabiduría para culminar mis estudios. Él es mi principal razón de existencia.

A mi madre María Esther Amador Munguía quien me apoyo en todo con su amor y es la que todos los días me motivaba y creyó en mí, ella es un ejemplo para mí y mi motor para seguir adelante.

María Bermúdez

Este proyecto de negocio se dedica:

A Dios por ser el sustento diario, el proveedor de todas nuestras necesidades.

A los padres, esposos quienes han apoyado en todo para poder llegar hasta esta instancia en el estudio a que han sido el respaldo en todas las situaciones adversas. A los maestros por ser los formadores y guías para llegar a realizar el presente trabajo. A los compañeros que se han solidarizado en el comportamiento de los conocimientos adquiridos en esta alma mater.

Íngrid Salinas

Dedico este trabajo a mi hermana Silma que aunque ya no está físicamente entre nosotros, siempre estuvo ahí para mí dándome ánimos y apoyo en todo el camino que pudimos recorrer juntas y que sé que estaría muy orgullosa de ver hasta donde he llegado.

A mi abuela Irma por ser un ejemplo de vida y esfuerzo, todos los días me hace pensar que nada está totalmente perdido y siempre se puede hacer algo en esta vida.

Amy Stubbs

AGRADECIMIENTO

¡Por fin lo logré! Por fin me gradúo y cierro una etapa más en mi vida. No fue fácil el recorrido y durante todo este trayecto tuve personas a mi lado que hicieron de esta travesía mucho más llevadera y solo por eso merecen mis más profundos agradecimientos.

Primero debo agradecer a Dios por darme la vida, por su amor, por darme fortaleza en los momentos de debilidad y mostrarme su maravillosa misericordia. Agradezco a mis padres Olga Cedeño y José Ángel Gaitán por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado y por haberme dado la oportunidad de tener una educación en el transcurso de mi vida y sobre todo por ser un excelente ejemplo de vida a seguir.

A mi tía Filonila Torrez quien siempre estaba al tanto de mis estudios y en lo que podía necesitar, por ser un pilar fundamental e importante en mi vida y al igual que mis padres impulsarme a seguir adelante cada día aun tras mil tropiezos. A Sergio por permanecer a mi lado en los momentos de éxito, de tropiezos y vivir a plenitud la verdadera amistad. Cuando pienso en todas las bendiciones que hay en mi vida, sin duda te encuentras en esa lista... Gracias por todo lo que me das, por todo lo que me otorgas, por ser mi luz y mi mejor amigo.

Gracias a todos mis maestros durante la carrera, en especial a María Magdalena quien me enseñó que podemos cambiar nuestra manera de actuar y pensar mientras nos lo propongamos, gracias por enseñarme “A brillar” a como muchas veces lo dijo. A mis tutores: Fanny Mendoza, MSc. Marbell Guzmán Potosme de este plan de negocios por su atención, detalles y correcciones, por ser parte de mi formación como profesional.

A la prestigiosa Universidad Politécnica de Nicaragua, por haberme dado la oportunidad de realizar mis prácticas profesionales, por formar a jóvenes de bien y servir a la comunidad.

Josseling Gaitán

A mi esposo William Lozano por su amor, por apoyarme en cada pasó de mi vida desde que estoy a su lado, por su motivación, paciencia, por creer en mí para lograr mis objetivos.

A mi amiga incondicional Berna Orozco, por apoyarme año con año en mi plan de estudios universitarios, es muy especial porque ha sabido encaminarme por el camino correcto y quien me ha ofrecido sabios conocimientos.

A mis compañeras del taller de planes de negocios Amy Stubbs, María Bermúdez, Ingrid Salinas por su empeño y dedicación a este proyecto.

Perla Castro

Agradezco a mis hermanas Leydi, Cinthya y Jesica, ellas me motivaron a luchar para seguir adelante.

A mi amiga y compañera durante estos 5 años Heying Junieth Pérez cruz su apoyo fue único y que no tiene precio,

A mis cuñados Howard y Everth quienes me apoyaron en todos los momentos que los necesite para mi estudio.

María Bermúdez

Un agradecimiento general a las dos profesoras MSc. Fanny y MSc. Marbell y especialmente al profesor Lic. José Santos como orientadores nos brindaron sus conocimientos, apoyando corrigiendo el proyecto con interés y una entrega que han sobrepasado con mucho todas las expectativas que depositan en su excelentísima persona.

Íngrid Salinas

Agradezco eternamente a Dios por todas sus bendiciones y sostenerme en medio de las tempestades, ayudándome a ser una mejor persona cada día, gracias Señor porque cada vez que toque una puerta se abrió ante mis ojos e incluso algunas las abrí sin yo tocar.

A mis padres Cecilia y Eddy quienes son mis pilares y los que me han formado, apoyado y sustentado de maneras distintas, sin ellos no sería nada.

A mi hermano Reyniers a quien le debo tanto en esta vida, gracias por estar siempre para mí.

A mis amigos, compañeros de trabajo, primos, tíos, compadres, ahijados, sobrinos a todas las personas que forman parte de mi vida y que siempre cuento con ellos para lo que sea, la familia no solo es la de sangre.

Amy Stubbs

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios de Cooperativa Exportadora de Flor Heliconia NICAFLOWER R.L., representa un de las formas de culminación de estudios para optar para obtener títulos de Licenciaturas en Administración de Empresa, Mercadotecnia, Contaduría Pública y Finanzas, Banca y Finanzas que ofrece la Universidad Politécnica de Nicaragua.

Nuestro plan de negocio consiste en la exportación de flores tropicales hacia el mercado de la subasta holandesa, en él está contenido lo que es el estudio de mercado que se realizó para determinar la demanda existente en el mercado seleccionado, así mismo realizamos una evaluación técnica para determinar los equipos, herramientas y maquinarias de oficina para poder llevar a cabo el proceso de embalaje y preparación de la flores para la exportación así como la determinación de la mano de obra necesaria para el proceso de producción y la parte administrativa con la que va a operar la empresa.

Posteriormente se procedió a calcular el proceso de producción y el costo unitario de cada uno de los elementos que se van a utilizar en el proceso de producción, desde el tallo, la mano de obra, servicios básicos, la caja que va a contener las flores, etc.

Se determinó el tipo de organización como cooperativa siendo esta la más adecuada para la empresa, para gozar de los beneficios que la ley establece.

Concluimos con el análisis financiero que consiste en determinar la rentabilidad de la inversión que es necesaria efectuar, calculando los principales indicadores como es el VAN (valor actual neto) que nos dio \$25,756.72, la TIR (tasa interna de retorno) que es de 24%, la RBC (relación beneficio costo) es de \$1.23, la tasa d descuento es de 15.49%, los cuales son indicativos que la inversión es rentable, nuestra VAN es mayor que 1, nuestra TIR s mayor que a tasa de descuento y nuestra RBC mayor que 1.

Hicimos referencia al porcentaje de ventas de 74% equivalentes a \$220,490.91 donde los costos se encuentran cubiertos, esto supone que la cooperativa estaría en su **punto de equilibrio** por tanto tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde).

1. OBJETIVOS

1.1. Objetivo General

Determinar la viabilidad y rentabilidad, de la creación de una empresa dedicada al acopio y exportación de flores tropicales Heliconias, hacia el mercado de Holanda, durante el segundo semestre del 2017.

1.2. Objetivos Específicos

- ✚ Desarrollar un estudio de mercado del sector floricultor nacional para expandirlo dentro de la actividad exportadora en nuestro país.
- ✚ Estructurar la organización administrativa más adecuada para la empresa, que permita un funcionamiento eficiente.
- ✚ Establecer la ubicación de la empresa de acuerdo a los factores como transporte la disponibilidad de la materia prima.
- ✚ Determinar las fuentes de financiamiento y la rentabilidad financiera de la inversión requerida para la implementación de la empresa.

2. APOORTE DEL PROYECTO A LA ECONOMÍA NACIONAL

Nicaragua ha venido incursionando en mercados emergentes por lo que ha ampliado las posibilidades de exportación, es por ello que nuestra empresa tomó la iniciativa de exportar la flor tropical heliconia, acción que contribuirá al desarrollo de la economía del país mediante los siguientes aportes:

1. Contribución del 2% en concepto al pago del Impuesto sobre la Renta (IR) a la Dirección General de Ingresos (DGI).
2. Pago al Impuesto del Valor Agregado (IVA).
3. Contratación de personas en la ciudad de Managua, municipio del departamento de Managua, para llevar a cabo las funciones de la empresa, lo que contribuirá a la economía, mediante el aumento de la Población Económicamente Activa (PEA). Así como, el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas que formen parte del capital humano.
4. Aporte del patronal 19% y el laboral 6.25 % al Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS).
5. Aporte al Instituto Nacional Tecnológico (INATEC) correspondiente al 2%.

3. PERFIL ESTRATÉGICO

3.1 MISIÓN

Ofrecer productos florales de excelente calidad y embalados de acuerdo a las normas de seguridad e higiene fitosanitarias en base a los estándares internacionales, para exportarlos en condiciones ambientales y de máxima seguridad que garantice la aceptación del producto por parte de los consumidores holandeses.

3.2 VISIÓN

Ser una empresa comercializadora de flores tropicales reconocida por la calidad de su producto y su proceso de producción y comercialización amigable con el medio ambiente, comprometida con la mejora constante en la calidad de sus productos.

3.3 ESTRATEGIA GENÉRICA

La estrategia que aplicaremos en la empresa será una estrategia basada en la simplificación de los canales de distribución de nuestro producto de forma que se disminuyan los costos de comercialización y se mejore el margen de utilidad ofrecido al intermediario como instrumento de promoción.

1. Descubrir y explotar los canales idóneos de comercialización de nuestro mercado meta, para la internación de nuestra materia prima.
2. Hacer análisis estratégico externo con las cinco fuerzas Porter (Ventas al cliente, capacidad de negociación con proveedores, análisis de la competencia y características de productos, y productos sustitutos).
3. Estudios y análisis de las políticas de internación de nuestro mercado meta.
4. Realizar análisis organizacional aplicando el método FODA, para formular e implementar las estrategias de la empresa.
5. Efectuar un estudio de la oferta competitiva, para ofertar precios accesibles a la demanda del mercado.
6. Realizar convenios comerciales con los productores de la materia prima para garantizar el acopio sistemático.

7. Gestionar eficazmente el transporte interno y externo, para traslado de la materia prima, para garantizar las entregas en tiempo y forma a los importadores.
8. Reducir al máximo los costos administrativos y de operación que redunden en ofertar mejores precios y lograr una mayor participación en el mercado.
9. Garantizar oportunamente recursos financieros de los planes presupuestarios realizando gestiones con instituciones financieras y controlando los flujos de caja y su correcta aplicación de fondo.
10. Diseñar una estructura orgánica e implementar procedimientos operativos que soporten e impulsen los planes de acopio y exportación.
11. Seleccionar y contratar personal calificado en el tratamiento y manejo de la materia prima, para mantener en condiciones óptimas su estado natural.
12. Realizar los cambios necesarios, para readecuar y modernizar las estructuras orgánicas y procedimientos operativos de acuerdo a los avances tecnológicos.

4. PLAN DE MARKETING

4.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO

Ambiente Económico

Por medio de este análisis se busca evaluar el aporte de nuestro proyecto al bienestar de la región y de la país y al mismo tiempo poder identificar aspecto que puedan afectar las operaciones de nuestro proyecto.

Tomaremos en cuenta las siguientes variables:

1. Ubicación del sector
2. Aporte del PIB
3. Inflación
4. Cantidad de empleo que genera
5. Crecimiento poblacional.

De acuerdo a los datos del Banco Central de Nicaragua el incremento del sector agropecuario en el año 2015 fue de 730.9 (millones de dólares) el cual disminuye en el año 2016 en 695.8 (millones de dólares).

Según el giro del negocio nuestra empresa se ubica en el sector terciario de la economía, comercio.

El Producto Interno Bruto (PIB) registró un crecimiento de 4.7 por ciento en 2016, logrando un crecimiento promedio de 5.3 por ciento durante el período 2011-2016. Este ritmo de crecimiento económico favoreció una reducción sostenida de la pobreza y permitió alcanzar un PIB per cápita de 2,090 dólares en 2016.

Consistente con el desempeño de la actividad económica, el empleo formal continuó registrando un importante crecimiento. Así, los afiliados al Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS) totalizaron 878,019 trabajadores a diciembre, equivalente a un crecimiento promedio anual de 10.8 por ciento. Entre las actividades económicas con

mayor participación en la creación de trabajo formal en los últimos doce meses, se ubicaron los servicios comunales, sociales y personales, así como comercio, hoteles y restaurantes y el sector financiero.

Los buenos resultados en materia de crecimiento económico se presentaron en un contexto de baja inflación. Así, la inflación interanual se ubicó en 3.13 por ciento al mes de diciembre 2016, menor a las estimaciones iniciales. Esta dinámica fue respaldada por menores precios de alimentos, especialmente agrícolas y pecuarios, así como por un entorno de baja inflación internacional. Lo anterior compensó el incremento en los precios de los derivados del petróleo registrado al final del año. El índice de inflación subyacente registró una variación interanual de 4.12 por ciento, 1.73 puntos porcentuales inferior a la registrada en 2015, confirmando la ausencia de presiones alcistas en el núcleo inflacionario.

Respecto al mercado de destino que es Holanda, tiene una población de 17.081.507 personas por volumen de PIB, Su deuda pública en 2016, fue de 503,544.40 millones de dólares, con una deuda del 62,3% del PIB. Su deuda per cápita es de 29,479.08 de dólares por habitante. La última tasa de variación anual del IPC publicada en Holanda es de julio de 2017 y fue del 1,4%.

En cuanto al PIB per cápita en 2016, fue de 55,749.60 dólares, por lo que se encuentra en una buena posición, lo que supone que su población tiene un buen nivel de vida en relación a los países del ranking de PIB per cápita.

Producto Interno Bruto (PIB)

Los Países Bajos se caracterizan por una economía especialmente abierta. De ahí que la fuerte caída del comercio mundial en 2008 y 2009, tuviera un fuerte impacto. Aun así, la recesión del crecimiento económico en los Países Bajos no fue superior a la reducción del PIB en toda la eurozona. También si se considera un periodo más largo, rinden muy bien, comparados con otros estados miembros 'ricos' de la UE y los EE.UU.

Para una economía altamente desarrollada con un alto estándar de vida (véase también el PIB per cápita), se trata de un resultado especialmente bueno. Las reformas estructurales introducidas - en el mercado laboral y en la seguridad social - han hecho posible un potencial de crecimiento económico saludable. Esto ofrece margen para inversiones en conocimiento e innovación. Después de una caída en 2009, el PIB creció de nuevo a lo largo del año 2010. Durante el tercer trimestre de 2010 el PIB creció con 4,0% respectivo al mismo periodo el año anterior.

Los Países Bajos son uno de los países más prósperos de la Unión Europea. Solo Luxemburgo e Irlanda tienen más ingresos per cápita, pero las cifras de Luxemburgo se ven considerablemente aumentadas por la presencia de belgas, franceses y alemanes en las regiones fronterizas, cuyos ingresos se incluyen en el producto interno bruto de Luxemburgo. También ocupan una posición destacada con respecto a otras economías similares fuera de la Unión Europea, como la de Estados Unidos. Los altos ingresos medios de los holandeses son el resultado de una alta productividad laboral y un alto nivel de participación laboral.

La población activa holandesa ha cursado estudios superiores, los empleados tienen una perspectiva internacional y dominan, en su mayoría, más de una lengua. Este alto nivel de estudios y la fuerte estructura económica (proporcionada por la infraestructura física y de conocimiento, por ejemplo permiten que los empleados sean muy productivos. La productividad laboral por hora se sitúa entre las más altas de Europa. Resulta especialmente llamativo que los Países Bajos hayan sabido ligar esta productividad a una alta tasa de participación laboral, también entre trabajadores semi-calificados y no calificados.

Inflación

Los Países Bajos gozan de una buena reputación en términos monetarios. Mucho antes de la introducción del euro, las subidas de precios en los Países Bajos eran moderadas, gracias a las sólidas políticas monetarias del banco central holandés (DNB, por sus siglas en neerlandés). Además, los mercados de productos y el laboral, que

funcionan relativamente bien, contribuyen a un desarrollo moderado de los precios. Según IMD los Países Bajos ocupan la novena posición mundial en la lucha contra la competencia desleal.

Empleo

Desde 1994, la tasa de empleo de los Países Bajos ha aumentado casi un 20%. El fuerte crecimiento del número de empleos se debe principalmente a las reformas económicas estructurales que se han implementado. La tranquilidad del mercado laboral - en los Países Bajos se convocan relativamente pocas huelgas - también contribuye a mantener un clima de negocios favorable. Gracias al crecimiento firme del empleo, una gran parte de la población activa potencial trabaja. Efectivamente, este porcentaje es considerablemente más alto que la media de los países de la eurozona.

Una porción relativamente alta de los holandeses trabaja a tiempo parcial. A menudo es una elección consciente: así se puede combinar el trabajo con el cuidado de los hijos. Desde una perspectiva internacional, el número de personas, especialmente mujeres, que trabaja a tiempo parcial en los Países Bajos es alto: casi el 75% de todos los empleados holandeses a tiempo parcial son mujeres. Sin embargo, la semana media de trabajo de los empleados a tiempo completo es más o menos igual que la de la mayoría de los países de la eurozona. Lo mismo vale para el número de horas trabajadas al año por los empleados a tiempo completo.

Las tasas de desempleo en los Países Bajos son unas de las más bajas de Europa. De 2005 a 2009, la tasa media de paro era de aproximadamente el 3,8% de la población activa potencial, mientras que en la eurozona superaba el 8%. Debido a la crisis económica, el desempleo ha aumentado en mayo de 2010 al 4,4%, un porcentaje que todavía se sitúa muy por debajo de la media de los países colindantes. También el desempleo entre jóvenes es bajo: en junio de 2010, el porcentaje de la población activa potencial sin empleo menor de 25 años fue del 8,1%. En la UE-27, la media fue del 20,2%.

La industria de flores y plantas en Holanda, un negocio histórico en este país, remonta sus exportaciones pese a los cambios en el sector y la creciente competencia de nuevos mercados emergentes como los de Ecuador o Colombia, y a la contracción de la economía en Rusia.

La industria de las flores y plantas está cambiando, y es que está cambiando el funcionamiento del sector. Cada vez se están produciendo más transacciones a nivel digital, y no es necesario acudir a la subasta para comprar flores; Holanda está considerada como el centro de producción de flores y plantas a nivel mundial, y según sus datos del ministerio de Agricultura, su producción representa el 80 % del mercado global de flores cortadas y bulbos.

Flora Holland es la empresa de subasta de flores que realiza el 90 % del comercio de flores en Holanda y una de las primeras del mundo, ya que cada año vende más de 12,4 billones de flores y plantas, a razón de 50 millones diarios.

Ambiente Político Legal

La Cooperativa Exportadora de flor tropical Heliconias NicaFlower R.L., debe cumplir con procedimientos y normas de índole legal que regulan la actividad empresarial en nuestro país para poder operar en el mercado internacional. NicaFlower es una asociación autónoma de personas que se unieron voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente dirigida, que será regulada por la ley N°499 Ley General de Cooperativas, para su constitución, legalidad y autorización.

Para alcanzar los objetivos de crecimiento económico y creación de empleos es indispensable fortalecer la actividad exportadora del país y su posición en los mercados internacionales, los exportadores deben de ser acogidos a la Ley No.382 Ley de Admisión Temporal para el Perfeccionamiento Activo y de Facilitación de las Exportaciones, la cual nos informa en el Artículo N°29 que la Comisión Nacional de

Promoción de Exportaciones (CNPE) creada en el Decreto No.37-91, publicado en La Gaceta, Diario Oficial No.158 del 26 de Agosto de 1991, constituye la instancia superior de política y administración del régimen de Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo y de formulación de propuestas para mejorar la promoción y facilitación de las exportaciones. Para facilitar sus funciones, esta Comisión contará con la Secretaría Técnica y el Centro de Trámites de las Exportaciones (CETREX). Debido a que NicaFlower es una empresa innovadora en la exportación de flores, debemos registrarnos en Centro de Trámites de las Exportaciones (CETREX) llenando la hoja de solicitud de inscripción autenticada por un abogado.

El giro de nuestra empresa nos ubica en el sector agropecuario que es un rubro principal en la economía nacional, por lo cual requerimos certificación del IPSA instituto de protección y sanidad agropecuaria siendo esta la autoridad competente del estado, responsable de proteger y mantener la condición fitosanitaria del país, a través de un servicio eficiente y eficaz de vigilancia, certificación, regulación de la producción, calidad y comercio de semillas e insumos agrícolas, permitiendo a toda la cadena productiva mayor competitividad; contribuyendo con la soberanía y seguridad alimentaria y nutricional de todos y todas las nicaragüenses.

La vigilancia fitosanitaria constituye una herramienta básica para mantener actualizado el estatus fitosanitario del país, requisito exigido a nivel internacional para el intercambio comercial de productos de origen vegetal; ya que sin la vigilancia no es posible declarar áreas libres, suministrar información sobre presencia, incidencia y distribución de plagas, actualizar el listado oficial de plagas, realizar Análisis de Riesgo y detectar oportunamente la presencia de plagas exóticas; además de informar a otras organizaciones fitosanitarias nacionales e internacionales.

Así mismo debemos cumplir lo estipulado en la Ley nº822 Ley de Concertación tributaria especialmente a lo relacionado con el pago de impuestos y exoneraciones para la exportación.

La Cooperativa Exportadora de flor tropical Heliconias NicaFlower R.L. centrará sus operaciones al mercado Holandés con un acceso al mercado Europeo, operación que serán reguladas también por el Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea ADA, este es un acuerdo Internacional concertado entre los gobiernos que tiene como objetivo la integración regional y así contribuir al desarrollo sostenible.

Ambiente Socio Cultural

Variable Demográfica

Holanda cerró 2016 con una población de 17.081.507 personas, lo que supone un incremento de 102.387 habitantes respecto a 2015, en el que la población fue de 16.979.120 personas. Holanda está en el puesto 66 de los 196 estados que componen la tabla de población mundial de datosmacro.com.

Según los últimos datos publicados por la ONU, el 11,66% de la población de Holanda son inmigrantes. Holanda es el 50º país del mundo por porcentaje de inmigración. La población femenina fue mayoritaria, con 8.561.985 mujeres, lo que supone el 50,43% del total, frente a los 8.417.135 hombres que son el 49,57%. Holanda tiene una densidad de población muy alta, de 411 habitantes por Km².

Estilo de vida y hábitos del consumo

A Holanda la llaman '**la mayor floristería del mundo**', y con razón. Los holandeses se toman sus flores muy en serio, y no sólo los tulipanes, también otros tipos de flores. Hay mercados de flores en todas las grandes ciudades y sus alrededores, y muchísimos tulipanes, obviamente. Las flores son la principal industria de Holanda, y aunque los tulipanes continúan siendo el grueso de la mayor parte del sector, crocos, jancitos y otras preciosas flores amplían la temporada desde principios de la primavera hasta finales del verano.

Los mejores mercados de flores en Holanda

Un mercado de flores es una de las maneras más agradables de conocer la cultura holandesa. Algunos de ellos llevan funcionando desde hace siglos. Un ejemplo singular es el mercado de flores flotante del canal Singel en Ámsterdam, instalado sobre barcazas. Se remonta a la época en que las flores se llevaban a la ciudad por los canales; aunque ahora se transportan en camiones, el mercado sigue a flote. También Utrecht tiene un gran mercado de flores en la plaza Janskerkhof y en el Oudegracht, y la subasta de flores de Aalsmeer es la más importante para mayoristas del mundo entero.

Las flores forman una parte integral de la cultura y la economía holandesas. No hay casa completa sin un ramo de flores sobre la mesa. Una visita a los mercados de flores de la zona es una muy agradable manera de descubrir y apoyar esta fantástica tradición holandesa. Si estás cerca del mercado de Aalsmeer y no te importa madrugar puedes pasar una mañana muy entretenida asistiendo a las subastas. Si lo que quieres es ver tulipanes en flor la mejor época es a mediados de abril, pero para comprar bulbos para el jardín tienes que venir en verano. En los alrededores de los mercados de flores suele haber también cafeterías y tiendas de recuerdos, así que puedes comprar flores y regalos para los tuyos al mismo tiempo.

Análisis Ambiental

NicaFlower no tiene un impacto ambiental negativo porque no tiene un proceso productivo que genere desechos al medio ambiente ya que la empresa será intermediaria y acopiadora.

La mayoría de Heliconias se desarrollan en climas tropicales a 30° altitud norte. La altura sobre el nivel del mar para producción comercial es de 200 a 2.000 mts, la temperatura debe de ser entre 17 a 33° C ya que a menores temperaturas no florece y su desarrollo es lento y en altas temperaturas requiere de mucho riego, de hasta 7 litros de agua por día. Requiere de 4 a 6 horas al día y un 40% de sombrero, los vientos pueden ocasionar daños como rasgado en las hojas y deshidratación, he de aquí la

importancia del sombrero natural. Los suelos deben tener en cuenta el aspecto físico biológico que es el encargado de dar las condiciones de adaptación a la planta y el buen funcionamiento de esta, el suelo preferiblemente debe ser profundo y rico en materia orgánica. La fertilización debe hacerse de acuerdo al análisis de este ya que las raíces son adventicias y fasciculadas.

Ambiente Tecnológico

De acuerdo al giro comercial de nuestro negocio los equipos necesarios para el acopio y estructuración son accesibles en el mercado nacional. Para el proceso operativo se necesitará la instalación de aires acondicionados, para mantenimiento y ambientación de las flores y tallo. Además se necesitará de camiones refrigerados para el acopio y traslado de la materia prima en condiciones climáticas, se necesitará también de la instalación de mesones laminado para la limpieza y lavado aspersion de cortadoras aceradas.

Las instalaciones de estos equipamientos requerirían de espacios distribuidos en dos grandes áreas la operativa y administrativo que comprende la estructura lógica organizacional que estará integrada con el personal idóneo, equipos y mobiliario de oficina nacionalmente.

Equipo Tecnológico

Imagen No. 01



Necesidad de la información

Para conocer acerca de la viabilidad del proyecto a desarrollar fue necesario adquirir información a nivel nacional e internacional que nos permitirá tomar decisiones en todas en la implementación de estrategias para cumplir los objetivos planteados.

A nivel nacional

- ✚ Quienes cultivaban las plantas exóticas
- ✚ Localización de los cultivos
- ✚ Variedades cultivadas de heliconias
- ✚ Hectáreas cultivadas
- ✚ Producción por área cultivada
- ✚ Ciclo de producción sostenible
- ✚ Costo de adquisición de los tallos.
- ✚ Consumo y utilización de las flores en Holanda.
- ✚ Frecuencia y consumo en mercado interno
- ✚ Otros proveedores internos
- ✚ Costos de servicios de transportación refrigerada.
- ✚ Manejo y tratamiento de las flores.
- ✚ Pago de impuestos y reglamentaciones de exportaciones aduaneros.

Información externa

- ✚ Convenios bilaterales comerciales con el país de nuestro mercado meta.
- ✚ Normas fitosanitarias y otras regulaciones internacionales.
- ✚ Demanda a los mercados de Holanda.
- ✚ Aceptación del consumidor del producto.
- ✚ Canales de distribución.
- ✚ Exigencias de los atributos de las Heliconias.

Fuerzas Competitivas de Porter:

Análisis del Sector

1. Amenazas de nuevos ingresos

La amenaza son acciones que en el presente no se encuentran en el mercado pero que a futuro se pueden presentar, esto depende en el caso de nuevos competidores del número de barreras u obstáculos que se requieran vencer para incorporarse a competir en el mercado.

En el caso de la subasta en Holanda solo se puede acceder a este mercado a través de socios que son los que participan en la misma, por lo que la amenaza de entrada de nuevos competidores es baja.

La producción y exportación de flores se ha convertido en un sector importante de la economía para varios de los países que dependen de la agricultura y que padecen un escaso desarrollo industrial, Se afirma que esta actividad es sencilla porque solo requiere de la iniciativa y apoyo de los gobiernos locales, la ayuda del capital foráneo y el establecimiento de firmas trasnacionales; se agrega que es un sector altamente productivo, y que atrae a los inversionistas, en prueba de lo cual se señala, por ejemplo, que la Unión Europea importa cerca de 3.400 millones de euros y que consume más del 50 por ciento de las flores del mundo, (según un informe del Centro para la Promoción de las Importaciones de los Países en Desarrollo, CBI, de Holanda, publicado en 2007).

2. Poder de negociación de los proveedores

Un mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precios y tamaño del pedido. Será aun más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. En cuanto al negocio de las flores, los proveedores son empresas de insumos agrícolas, su poder de negociación

es bajo porque tenemos la ventaja de contar de varios proveedores nacional de la flor, lo que nos garantiza suplir la demanda del producto.

Tabla No. 1

Ítems	Proveedores	Ubicación
1.	Finca San Ramón	Matagalpa
2.	Los Panchos	Chinandega
3.	Finca Santa Lucia	Jalapa-Dipilto
4.	Jardín Siempre Verde	Catarina

Fuente: Elaboración propia

3. Poder de negociación de los compradores.

La subasta holandesa es el mayor mercado de flores del mundo, es un consumidor especializado que distribuye al resto de Europa, tiene un alto poder de negociación por que tiene grandes proveedores (Colombia, Ecuador, México, Costa Rica, España) de plantas tropicales al mercado de Holanda y tiene un amplio conocimiento del mercado.

4. Productos sustitutos

Nuestra empresa tiene como competencia el follaje conocido como “enramada”, esta planta es utilizada para decorar el exterior de las casas o ya bien para decorar un arreglo floral. Esta planta es de menor costo y es abundante en el mercado europeo por tanto la amenaza de entrada de sustitutos es alta.

5. Competencia de proveedores

La heliconia es una flor que empieza a germinar en los mercados internacionales: Estados Unidos, México, Canadá, Alemania, Suiza, Italia y Holanda.

Estados Unidos y la Unión Europea son los principales agentes del mercado mundial de heliconias presentando los mayores volúmenes de importación. Es lícito aclarar que en Holanda existe un mercado muy agitado de Heliconias ya que esta tiene sus canales de distribución a otros países Europeos.

Colombia siendo el líder en el mercado minimiza los márgenes de exportación de los países competitivos. Por lo que existe una baja rivalidad competitiva en el mercado

Los principales proveedores de tallos y flores frescas son:

Tabla No. 2

País	%
Colombia	58.35
Ecuador	14.98
México	3.64
Costa rica	3.26
España	15

Fuente: Elaboración propia

Colombia es el principal proveedor, con una presencia porcentual del 58.035 % en el posicionamiento de mercado, para lo cual cultiva sistemáticamente 200 hectáreas para garantizar su exportación de 1,200 cajas mensuales conteniendo cada uno las cajas de 20 a 25 tallos de flores.

En el caso de la competencia regional de Costa Rica y México esta insuficiente, pudiendo Nicaragua una más competitiva con Colombia por la variedad, cantidad y costos más reducidos por ubicación geográfica cercanía con los mercados Europeos no así con Estados Unidos ya que este país consumidor es un país vecino con México.

Las importaciones de flores y tallos frescos de Unión Europea provenientes de países en desarrollo han crecido en consideración en los últimos años. En 1998 las importaciones procedentes de estos países en desarrollo ascendieron a U\$ 484,000.000, representando el 16 % del total de las importaciones de la Unión Europea.

Los países en desarrollo han jugado un roll importante en las importaciones Holandesas que en las importaciones de otros países de la Unión Europea. Este hecho

es destacable considerando que Holanda es un país sobresaliente en el comercio masivo y distribución de flores importadas en toda Europa.

Tabla No. 3

Items	5 Fuerzas de Porter	Grado
1	Amenazas de nuevos ingresos	Baja
2	Poder de negociación de los proveedores	Baja
3	Poder de negociación de los compradores	Alto
4	Productos sustitutos	Alto
5	Competencia de proveedores	Baja

Fuente: Elaboración propia

Antecedentes y definición del problema

El presente trabajo se originó mediante una idea de negocio para la culminación de nuestros estudios en el cual consiste en el estudio para la creación de una empresa de acopio y exportación de flores tropicales.

En Nicaragua el sector agropecuario ha sido una de las mayores fuentes de generación de empleo y del cual se derivan los mayores volúmenes de producción de bienes.

El comercio exterior es una herramienta clave para el desarrollo de las economías, ya que representan nuevas oportunidades en cuanto a la participación de nuevos mercados, mejores precios y una demanda creciente de los productos, que mayoritariamente producimos como país tropical.

El potencial exportador de productos como las flores en nuestro país, aun no se aprovecha en toda su capacidad, ya que en la actualidad, la producción de flores nacionales se orienta fundamentalmente al mercado interno, por lo que los volúmenes de producción son bajos y las áreas sembradas son pocas, ya que el crecimiento del mercado interno es lento, por esta razón el mercado internacional se transforma en una

alternativa para la producción de flores tropicales de nuestro país, ya que este producto es muy apreciado en Europa.

Nos enfocaremos en exportar nuestras flores a la subasta holandesa, ya que la subasta es un mercado amplio donde se puede comprar flores holandesa y extranjeras, esa es una buena estrategia de venta, porque esta subasta se realiza por vía internet, y con este medio se puede obtener clientes en diferentes partes del mundo.

Justificación del problema

El estudio de la exportación de flores en Nicaragua es de suma importancia tanto para nuestra empresa, como para los productores y la economía en general, ya que la exportación de este producto representa una gran oportunidad de obtener buenos márgenes de ganancia como inversionista, a la vez que significa mejores precios para los productores nacionales y mayores volúmenes de ventas, para la economía significa un aumento en las exportaciones y por ende en los niveles de ingresos que genera el país, al igual que es una oportunidad de diversificar aún más nuestras exportaciones hacia el resto del mundo.

Si observamos en las últimas décadas para el caso que nos concierne del sector floricultor y más aún la exportación de rosas, los mayores volúmenes de exportación están destinados a Estados Unidos y otros países. En Holanda no hay mucha exportación de la heliconia, la cual hay mucha oportunidad de la exportación de esta flor, el objetivo de buscar nuevas oportunidades de negocio para el sector floricultor. NicaFlower quiere llegar al mercado holandés ya que las flores forman una parte integral de la cultura y la economía holandesas esto es lo que hace rentable y favorable para NicaFlower esto Ayudará a la economía de Nicaragua, porque se tendrá mayor ingreso.

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Elaborar un diagnóstico del mercado exportador nicaragüense con el fin de establecer una base para la exportación de la flor tropical exótica Heliconia del sector floricultor.

Objetivo Específicos

1. Conocer la posición del exportador en el mercado internacional holandés en lo que concierne a la información que el mercado tiene del sector floricultor nicaragüense.
2. Identificar que conocimientos y habilidades debe adquirir, desarrollar y crearse el exportador a fin de cumplir las exigencias del mercado internacional.
3. Determinar la demanda y oferta que tiene en Holanda, el suministro de flores tropicales como la Heliconia, estableciendo así el porcentaje de flores a exportar.
4. Conocer los procedimientos y regulaciones para incursionar a mercados internacionales salvaguardando y cumpliendo las medidas de defensa ambiental.

Metodología

Motivados por descubrir las causas que generan el problema de nuestro proyecto y de alcanzar los objetivos planteados, aplicaremos el método o procedimiento analítico que por medio del razonamiento lógico nos dará las pautas idóneas para nuestro proyecto.

Esta metodología de acuerdo a sus características es la más apropiada para recopilar la información que nos permite diseñar posteriormente un plan de mercadeo, proyecciones de ventas, gastos y costos de operación para encontrar la rentabilidad y viabilidad del ejercicio.

Fuentes de datos

Para este caso la extracción de información se utilizará un método mixto de fuentes primarias y secundarias, es decir documentar y de campo, recurriendo efectivamente a fuentes directas e indirectas.

Entre las fuentes primarias directas se abordará:

1. Personas experimentadas en el arte de la exportación de flores.
2. Productores y trabajadores de cultivos de flores.
3. Vendedores populares de flores (mercados), puestos de ventas de flores (floristerías y cementerios).
4. Centro de exportación.

En las fuentes secundarias indirectas:

1. Historia documental del consumismo de flores en Holanda y Europa.
2. Confortamiento del mercado por la atracción de las flores paradisíacas.
3. Estacionalidad del mercado.
4. Comportamiento de la oferta de los mercados competitivos.
5. Análisis y antecedentes de nuestro mercado meta.
6. Sistema nacional aduanero de exportación.
7. Leyes y regulaciones de exportación del Banco Central y Ministerio de Hacienda.
8. Consulta a otros estudios localizados en internet.
9. Revistas e ilustraciones y otros documentos relativos.
10. Investigación en los mercados industriales para la obtención de medios de operación y sus costos.

Población y muestra

Por la ubicación geográfica de nuestro mercado meta y en base a información exploratoria y aplicando el método deductivo se proyectó la población universal y se extrajo la muestra representativa.

Instrumento de recolección de datos

En este estudio no se diseñaron encuestas para la recopilación de información sí no que se aplicó el método de entrevistas estructuradas con preguntas abiertas para obtener la mayor información posible de fuentes directas y de campo.

También se utilizaron y se analizaron información secundaria obtenida con análisis conclusivos, periódicos y estudios documentales.

Trabajo de campo de campo

Secundaria: El trabajo investigativo fue planificado y dirigido sistemáticamente en tres ejes:

1. Territorio rural: fuente primaria
2. Instituciones: fuente secundaria
3. Documental: fuente.

4.2 DECISIONES ESTRATEGICAS DE MERCADO

4.2.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Una planta ornamental, es aquella que se cultiva y se comercializa con la finalidad principal de mostrar su belleza, como decoración principalmente para interiores.

Existen en el país algunas especies nativas y exóticas que están siendo únicamente utilizadas como ornamentales y para otros fines, que tienen gran potencial en el mercado de exportación. Sin embargo, hemos identificado que los viveros que cultivan estas flores no reúnen las capacidades necesarias para la exportación de plantas ornamentales. De hecho, son pequeños negocios de subsistencia familiar, dirigidos a los transeúntes de las carreteras, generalmente turistas y que contribuyen a la economía y el embellecimiento de la zona así mismo no disponen del capital económico necesario para su desarrollo, es por eso que NicaFlower nace, una cooperativa exportadora que comercializará la flor tropical Heliconia a Holanda.

La flor tropical exótica Heliconia es una especie herbácea perteneciente a la familia Heliconiaceae, que habita en selvas tropicales y se cultivan al aire libre, en viveros o con protección ligera bajo plástico o en un invernadero con calefacción o temperatura controlada. NicaFlower efectuará un proceso sistemático post cosecha para una comercialización exitosa de nuestro producto final.

Imagen No. 2



NicaFlower ofrece un producto fresco, limpio, sin daño alguno, con buena forma y color, con un uniforme grado de maduración, tamaño y rigidez, las flores heliconias comercializadas por nosotros están libres de plagas y enfermedades, no tienen desviaciones en su crecimiento, sus tallos tienen la longitud y rigidez correcta lo cual garantiza un mayor valor comercial. Nuestras flores serán enviadas en cajas de cartón corrugado con dimensiones de 15 cm de alto y 40 cm de ancho, que incluyen papel celofán, gel silica, sujetador, hule de amarre, para prevenir daños por temperatura y de transporte.

Imagen No. 3

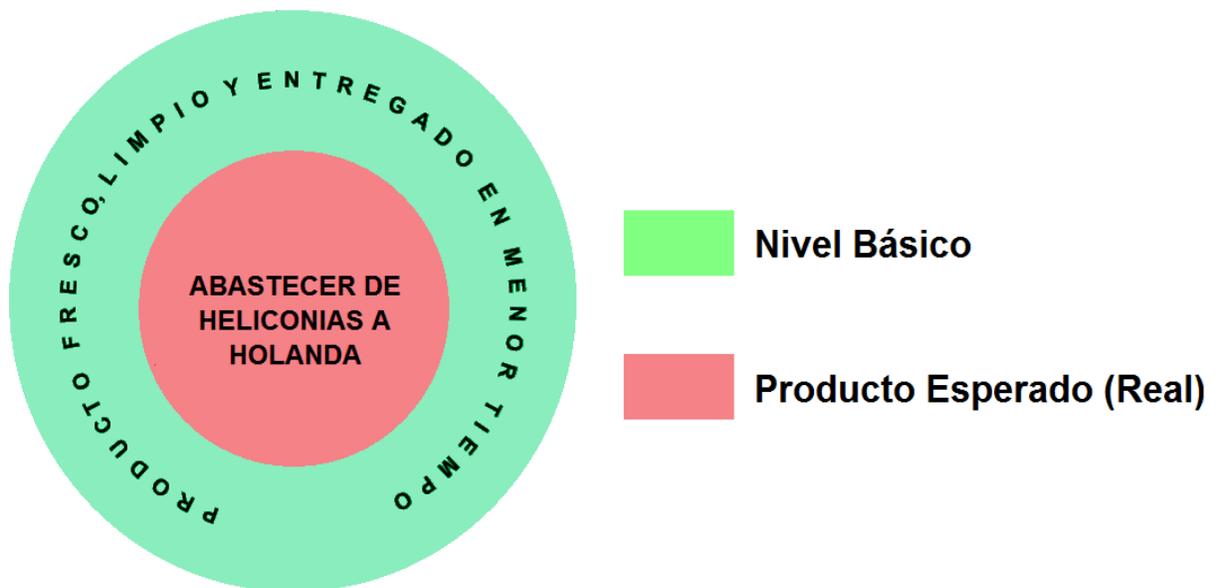


Niveles del producto

La Cooperativa de Exportación de Flor Tropical Heliconia NICAFLOWER R.L. desea con su producto satisfacer las necesidades de nuestro mercado meta Holanda, así mismo crear un valor adicional que nos garantice la incursión y permanencia en el mercado consumidor, para esto, desarrollaremos los siguientes niveles de producto:

1. **Beneficio básico:** NicaFlower deberá abastecerá de Heliconias a Holanda que por las condiciones en las que debe crecer esta flor tropical no es cultivada en el país.
2. **Producto esperado (real):** un producto fresco, limpio, sin daño alguno entregado en un menor tiempo según los requerimientos y necesidades del mercado y con un costo accesible.

Imagen No. 4



Ciclo de vida del producto

En esta etapa del ciclo de vida de nuestro proyecto se inició para explorar el insumo natural y que potencial de mercado y de consumo tiene la comercialización de las flores para explotar las oportunidades del negocio que brinda el mercado de las flores en el

país de Holanda y la capacidad absorción del producto por la atracción que generan las flores exóticas tropicales heliconias de nuestro país.

Imagen No. 5



Definición de marca

Imagen No. 6



Imagotipo es una fusión de texto e imagen. Debido a que pueden separarse sin temor a que se pierda el significado

Definición de gama cromática

En nuestro logo se puede distinguir la conjugación cromática que expresan el sentimiento y pasión que transmite la exotiquez de las flores exóticas heliconias.

Con la tonalidad de un verde que denota el ambiente ecológico de la naturaleza.

El listón azul y blanco que bordea la flor heliconia representa la realeza y la soberanía de Nicaragua y refiere que nuestro producto es 100% nica.

La flor heliconia en colores naturales, amarillo cromo y el rojo escarlata conjugan la belleza del iris de las flores que despierta y resalta la fuerza, la pasión y poder de su naturaleza que liberan sus coloridos y tonos que llama la atención del consumidor.

4.2.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Tabla No. 4

PAÍSES	2015	2016
Ecuador	3	17
Colombia	1	1
Costa Rica	2	1
México	97	76

(Miles de toneladas)

Fuente: Elaboración Propia

Para determinar los competidores más fuertes se tomó en cuenta el resultado por medio de estadísticas de la página Trade-map.

Se puede observar que la competencia es propiamente de México de solo flores tropicales latinoamericano seguidamente ecuador, costa rica y Colombia.

En el año 2015 México exportó 97 mil toneladas el cual disminuyó en el siguiente año 2016 en 76 mil toneladas.

México está considerado como un país rico en recursos naturales gracias a la variedad de clima, riquezas de sus suelos y los niveles de precipitación aptos para el desarrollo de gran variedad de especies.

Las heliconias, gingers, anturios son plantas tropicales de gran belleza, que se han posicionado en el gusto del mercado internacional, existe un gran número de variedades caracterizadas por la intensidad de sus colores, su tamaño, la forma de la inflorescencia y por su larga vida después del corte.

El género heliconia posee gran popularidad debido a su belleza y se cultivan en las selvas tropicales de Chiapas, Tabasco y Veracruz principalmente reitera Velasco. Sin embargo en México no existen datos oficiales sobre el volumen de producción y comercialización, únicamente se sabe que los principales productores de este tipo de flores son Veracruz y Chiapas.

4.2.3. OBJETIVOS DE MARKETING

Con el propósito de un Negocio exitoso a mediano y largo plazo nos hemos definidos nuestros objetivos en base al mercado y fin de servicio.

Objetivo General

Elaborar un plan de mercadeo para una incursión exitosa en el mercado Holandés para que NicaFlower se convierta en una cooperativa sólida en cuento a exportaciones y poseer un alto nivel de rentabilidad.

Objetivos Específicos

1.1 Diversificar la exportación de la flor Heliconia como producto nacional a un precio competitivo que nos permita generar utilidades mediante estrategias de venta.

1.2. Acceder a mercados internacionales mediante el diseño de promociones que nos permita ampliar nuestra cartera de clientes.

1.3. Incursionar en el sistema de subasta de flores holandesas con la comercialización de flores tropicales en países que no la producen para incrementar las ventas.

1.4. Elaborar estrategia de distribución de las flores tropicales de heliconias al mercado Holandés.

4.2.4. MERCADO META

Principales Clientes

España es uno de los socios que participa en la subasta holandesa de flores, del que será nuestro intermediario en dicho país.

El intermediario se hace cargo de todos los gastos desde el momento de la entrega, incluso de la carga en el transporte que tenga previsto.

Pretendemos llegar en si al mercado meta a través de la subasta holandesa así llegando indirectamente a través del intermediario. No vamos a tener contacto con el consumidor final solo con el intermediario, por lo que las subastas holandesas distribuye en toda Europa.

Descripción de la Empresa (Intermediario)

Trade Map - Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas. Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación, exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.

Intermediario principal

Imagen No. 7

ANSO BLOEMEN V.O.F. - ANSO BLOEMEN	
UBICACIÓN	
País : Países Bajos	
Ciudad : Honselersdijk	
CONTACTO	
Sitio web : www.ansobloemen.nl	
Teléfono : +31 174634529	
Fax : +31 174640709	
Ejecutivos : A. C. M. Lambert-Sosef (Principal)	
INFORMACIÓN SUPLEMENTARIA	
Volumen de negocios : 631000 EUR	
Número de empleados : 4	
CATEGORÍA DE PRODUCTOS O DE SERVICIOS COMERCIALIZADOS POR LA EMPRESA	
Categoría de productos o de servicios	
Flores y suministros para floristería	
Productos perecederos, ncop	
Fuentes: Dun & Bradstreet	
Análisis e Investigación de Mercados, Centro de Comercio Internacional (ITC); Palais des Nations; CH-1211 Genève 10; Suiza	
Tel.: +41 (0)22 730 05 40; marketanalysis@intracen.org	
Copyright © 1999-2015 Centro de Comercio Internacional. Todos los derechos reservados.	

Intermediarios Secundarios.

Imagen No. 8

Apex Plant Tissue Cultures

Pais	Ciudad	sitio web
Países bajo	Warmenhuizen	www.qplants.com

Imangen No. 9

Allex B.V.

Pais	Ciudad	sitio wed
Países bajo	Berkhout	www.allex.info

Fuente: Elaboración Propia

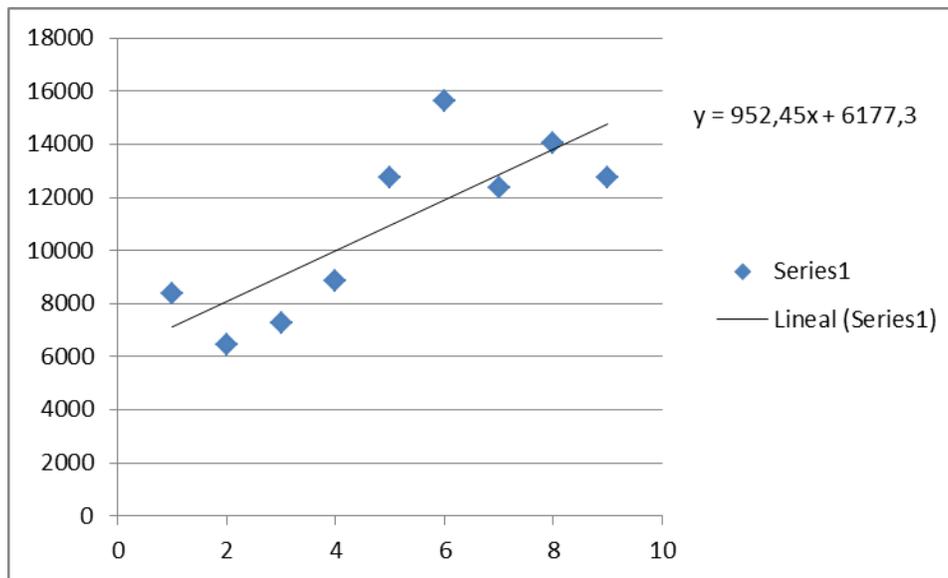
4.2.5. DEMANDA Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO

Para tener un punto de partida y poder realizar las estimaciones proyectadas de las posibles demandas futuras, el volumen de toneladas a exportar y las ventas a realizar se trabajó con información proporcionada por el CETREX, TRADE MAP, MARENA, CEI y Banco Central de Nicaragua, Datos suministrados, con la finalidad de proporcionar información a la economía emergente para facilitar el proceso de exportación a esos países.

Los cálculos para determinar la demanda del proyecto se hicieron tomando como referencia los datos del TRADE MAP. Según esta información se procesaron 10 años de referencia del 2007 al 2016 de información estadísticas de las importaciones de flores exóticas de Heliconias, con estos se calculó utilizando un modelo de regresión lineal en Excel, del programa de dispersión la que nos refleja en el gráfico cual será la tendencia de la demanda en los próximos cinco años y obteniéndose como resultado final la ecuación, $y = 952,45x + 6177,3$.

Tabla No.5

Datos obtenidos del TRADE MAP



Proyección de la demanda en toneladas

En la tabla de la proyección de la demanda en toneladas anuales lo reflejamos por un periodo de cinco años, de las que tomamos en cuenta el resultado del grafico anterior TRADE MAP, ecuación $952,45$ por los 10 años + 6177.3 . En este nos muestra la tendencia de las exportaciones en cada año por el periodo de cinco años.

Demanda proyectada en toneladas

Tabla No. 6

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
15.701,80	16.654,25	17.606,70	18.559,15	19.511,60

Fuente: Elaboración Propia

Proyección de participación en el mercado.

Los cálculos reflejados de los cinco años proyectados de la demanda de mercado se obtuvieron agregándole un 0,05 % de la participación del mercado de la demanda de flores exóticas Heliconias, debido a que no aparecemos en los países de primer rango, considerando que los agentes competitivos de este mercados son grandes.

Tabla No. 7

Participación por año 0.5% TN	78,509	83,27125	88,0335	92,79575	97,558
-------------------------------	--------	----------	---------	----------	--------

Fuente: Elaboración Propia

Participación en kilogramos

Para determinar la participación en kilogramos en el mercado se multiplicó 1,000 kilogramos por el monto total de cada uno de los años de la proyección de participación en el mercado la cual está dada en toneladas.

Tabla No. 8

Peso por heliconia kilogramos

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
78.509,00	83.271,25	88.033,50	92.795,75	97.558,00

Fuente: Elaboración Propia

Participación en gramos

Para determinar la participación en gramos en el mercado se multiplicó 1,000 gramos por el monto total de cada uno de los años de la proyección de participación en el mercado ya calculados en kilogramos.

Tabla No. 9

Peso por heliconia gramos				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
78.509.000,00	83.271.250,00	88.033.500,00	92.795.750,00	97.558.000,00

Fuente: Elaboración Propia

Total de tallos a exportarse

El total de tallos a exportarse en cada uno de los años proyectados se obtuvo dividiendo el monto total de cada año de los gramos por los 370 gramos que pesa cada tallo de heliconia.

Tabla No. 10

Tallos por exportarse gramos				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
212.186	225.057	237.928	250.799	263.670

Fuente: Elaboración Propia

Proyecciones de ventas en miles de dólares

De acuerdo a los datos estadísticos anuales que presenta el Banco Central de Nicaragua, la inflación estimada para el periodo proyectado está considerada en un 3.13%, este dato que fue considerado para hacer las proyecciones de las ventas, el monto total de los tallos a exportar por el precio unitario de cada tallo de \$ 1.40 en este precio ya está incorporada la inflación estimada para el periodo de los cinco años.

Tabla No. 11

Proyecciones de ventas miles				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
297.061,08	315.080,41	333.099,73	351.119,05	369.138,38

Fuente: Elaboración Propia

4.2.6. ESTRATEGIAS DE MARKETING

Una de las estrategias de marketing es hacer una correcta segmentación de mercado basándonos en las características, comportamiento y necesidad del consumidor que puedan influir en su decisión de compra.

La definición de esta estrategia nos aporta las ventajas de poder dirigir las acciones de presentación del producto para hacerlo atractivo al consumidor, establecer precios competitivos y accesibles al consumidor y planificar una efectiva red de distribución, publicidad, para persuadir al consumidor a preferir nuestra marca y producto y de esta forma garantizar un flujo de efectivo sistemático e incrementar nuestra participación de mercado y volumen de ventas.

Estrategia de Posicionamiento

Es la forma de como los consumidores definen las características y atributos del producto. El posicionamiento del mercado en consecuencia se hará en tres ejes que son:

1. Diseñar la oferta del producto.
2. Exaltar imagen de la empresa.
3. Publicidad de los atributos y marca del producto y su calidad.

Este mix o conjugación de las variables del producto se utilizará para diferenciar nuestro producto del producto de la competencia o marca y lograr las ventajas competitivas.

Estas estrategias resaltarán los beneficios, atracción y característica de nuestro producto y marca ofertada. En determinación nuestro posicionamiento de mercado estará basado en:

1. Los atributos del producto.
2. Los beneficios del producto.
3. Variedad del producto.
4. Atracción de la marca del producto.

5. Por su categoría y calidad
6. Precio y calidad.

Estrategias de Segmentación de Mercado

Nos basamos mediante la recopilación de información del Centro de Promoción de Importaciones de los países en desarrollo (**CBI**), ya que estamos trabajando en un mercado internacional y mediante estadísticas.

La estrategia de segmentación a utilizar, está en dependencia de la estrategia de internacionalización de nuestro producto, para nuestro caso utilizaremos una estrategia de segmentación demográfica y conductual, por los hábitos de consumo del mercado de destino determinados por aspectos culturales.

4.2.7. PLAN DE ACCIÓN

ACCIÓN DE PRODUCTO

NicaFlower comercializará flor Heliconia considerando lo siguiente:

1. Garantizar que el producto sea entregado en tiempo y forma.
2. Calidad de producto, para suplir las necesidades de nuestros clientes.

Las flores serán empacadas en cajas de cartón, las cuales tendrán las medidas de seguridad para que la flor no sufra ningún daño durante el transporte.

Debido a que contamos con proveedores de diferentes partes del país, podremos abarcar la demanda de flores sin importar el periodo del año.

NicaFlower con su producto y su atención sobrepasará las expectativas de los clientes de acuerdo a sus exigencias así mismo incursionará en el mercado Holandés dando a conocer el valor del producto nicaragüense que estará a la altura de sus demás proveedores.

ACCIÓN DE PRECIO

La estrategia que implementara NicaFlower será la de precios por áreas geográficas ya que el mercado de destino es un país extranjero, considerando los gastos adicionales al valor de la flor.

Nuestros precios serán competitivos con respecto a los otros países que exportan a Holanda los cuales varían por unidad entre \$ 5.00 y \$ 12.00, por lo tanto NicaFlower, establecerá el precio por caja de 6 unidades de \$ 8.40, basado en el número de unidades vendidas considerando el costo de la comercialización, en el que se procura que cubra el costo de la flor y de su total del embalaje., por tanto el precio unitario es de \$ 1.40.

PRECIOS PROMEDIO DE PLANTAS ORNAMENTALES DE PAISES EXPORTADORES EN EL MERCADO HOLANDES

Tabla No. 12

PAIS	UNIDAD	PRECIO EN \$
COLOMBIA	1	\$5,00
ECUADOR	1	\$7,50
COSTA RICA	1	\$12,00

Fuente: Elaboración Propia

ACCIÓN DE PROMOCIÓN

Plan Estratégico de Comunicación

NicaFlower elaborará un plan de lanzamiento que dará a conocer los beneficios de la compra de la flor heliconia en Nicaragua, para ello utilizaremos los medios de comunicación más usados en Holanda que es en redes sociales ya que los costos de publicidad son accesibles.

Esta publicidad estará enfocada en la calidad, elegancia e innovación de nuestra flor que creará una gran expectativa y demanda de nuestro producto. Con el uso de las redes sociales, así como nuestra página web, para recepcionar y coordinar la entrega

de los pedidos y suministro de información lograremos tener un contacto personalizado con nuestros clientes.

PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN

Tabla No. 13

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CREACION PAGINA WEB	150,00	150,00				
ALOJAMIENTO DE PAGINA	100,00	100,00	103,13	106,36	109,69	113,12
MANTENIMIENTO	20,00	240,00	247,51	255,26	263,25	271,49
BONIFICACION 3% ANUAL	6.938,00	6.938,00	7.589,00	8.031,00	8.466,00	8.900,00
TOTAL		7.428,00	7.939,64	8.392,62	8.838,94	9.284,61

Fuente: Elaboración Propia

Según las acciones planteadas en la promoción se define un presupuesto que involucra la creación de una página web, su alojamiento y su mantenimiento para proporcionarle la información adecuada al intermediario, al igual que se estima la entrega de una bonificación una vez al año equivalente al 3% de las ventas proyectadas, esto con la finalidad de proporcionarle el producto necesario al intermediario, para que este realice sus propias promociones.

✚ CORREO nicaflowerRL@gmail.com

✚ PAGINA WEB: www.nicaflower.com.ni

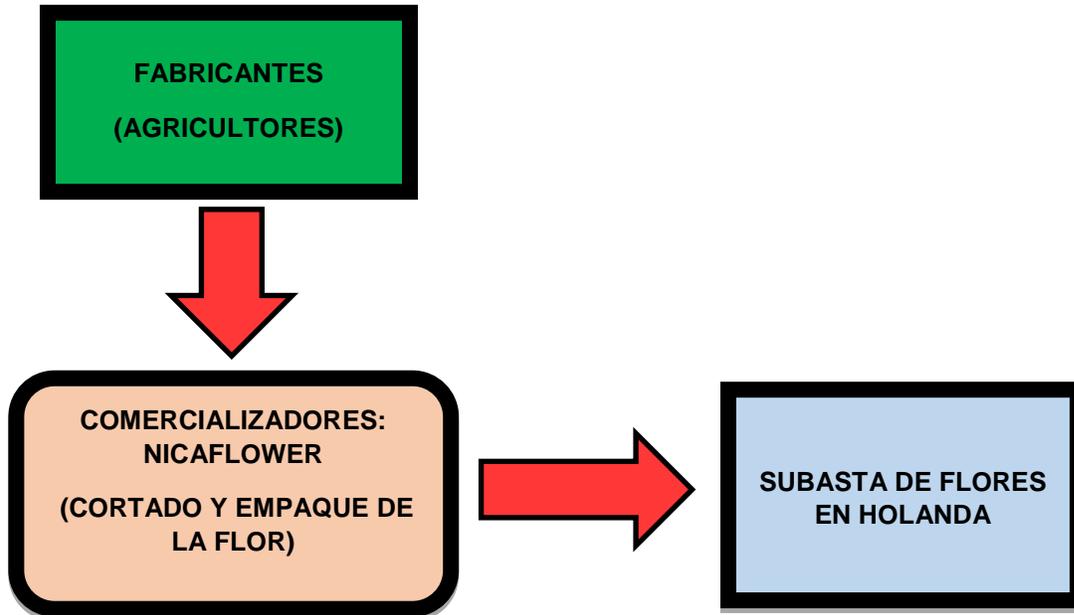
✚ FACEBOOK:

Imagen No. 10



ACCIÓN DE DISTRIBUCIÓN

CANAL DE DISTRIBUCION: Nuestra empresa hará el canal de distribución.



Se define una estrategia de distribución de empuje, ya que las promociones se orientan al intermediario por que no se tendrá contacto con el consumidor final del producto.

- ✚ FABRICANTE: Compraremos la flor heliconia a los proveedores seleccionadas.
- ✚ DETALLISTA/COMERCIALIZADORES: nosotros cumpliremos con las necesidades de nuestros clientes, con el cuidado del corte y empaque de nuestra flor con un empaque atractivo y elegante.
- ✚ SUBASTA-HOLANDA: Intermediarios que llegarán a NicaFlower a comprar las heliconias, para su destino final el cual es la subasta holandesa.

4.2.8. PROYECCIONES DE VENTAS

Las proyecciones de ventas generalmente se expresan con la conjugación de la demanda en términos y de cantidades por el precio de ventas de la unidad ofertada para un periodo determinado.

La mayoría de las empresas ya establecidas para facilitar el ejercicio, comparan sus proyecciones de ventas con las cifras del ejercicio anterior mostrando un porcentaje incremento o disminución con el periodo anterior debido a variables exógenas que influyen en la comercialización y ventas del producto como la ventas estacionales bonanzas económicas, intensidad de la competencia y los cambios en gustos y preferencia en la población.

La práctica de las proyecciones de ventas nos dejará una serie de ventajas que nos facilitan la necesidad capital para emprendimiento del negocio o para financiar nuevas necesidades del crecimiento de la empresa. Estas proyecciones de ventas también nos facilitarán conocer el volumen de ventas para establecer las estrategias de manejo de mercadería, comercialización y el flujo de efectivo para hacer las proyecciones financieras y planes de requerimiento de materia prima.

Tabla de proyección de ventas. 3.13%.

Tabla No. 14

Proyecciones de ventas miles				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
297.061,08	315.080,41	333.099,73	351.119,05	369.138,38

Fuente: Elaboración Propia

Considerando nuestra participación de mercado y la proyección de la tendencia de los precios se tomaron los valores reflejados en los cuadros: de la cantidad de tallos exportar y el cuadro de los precios unitario con el incremento proporcional a cada año. Para establecer el pronóstico de las ventas estimadas en un periodo de cinco años se multiplicaron los tallos a exportar por el precio unitario.

5. PLAN ORGANIZACIONAL

NicaFlower se constituirá como una cooperativa que se registrará por la ley N°499 Ley de Cooperativas la cual establece el conjunto de normas jurídicas que regulan la promoción, constitución, autorización, funcionamiento, integración disolución y liquidación de las cooperativas como personas de derecho cooperativo y de interés común y de sus interrelaciones dentro de este sector de la economía nacional.

5.1. FORMA DE LA EMPRESA

NicaFlower, es una cooperativa de exportación de flores exóticas heliconia, creada por la iniciativa de, PERLA CASTRO, AMY CRISTHINA STUBBS, MARIA BERMUDEZ, INGRID SALINAS y JOSSELING GAITAN, siendo está constituida bajo cooperativa de Producción, dichos socios fundaron la empresa aportando un capital social de **\$91,273.95**, siendo este el capital de inversión inicial; cabe señalar que un socio proporcionó el terreno como su aporte inicial equivalente a \$26,000, por tanto el aporte de los otros socios será **de 16,318.49**. Se efectuará una apertura de cuenta corriente a nombre cooperativa de exportación de flores exóticas heliconia NicaFlower Banco de América Central BAC en moneda dólar.

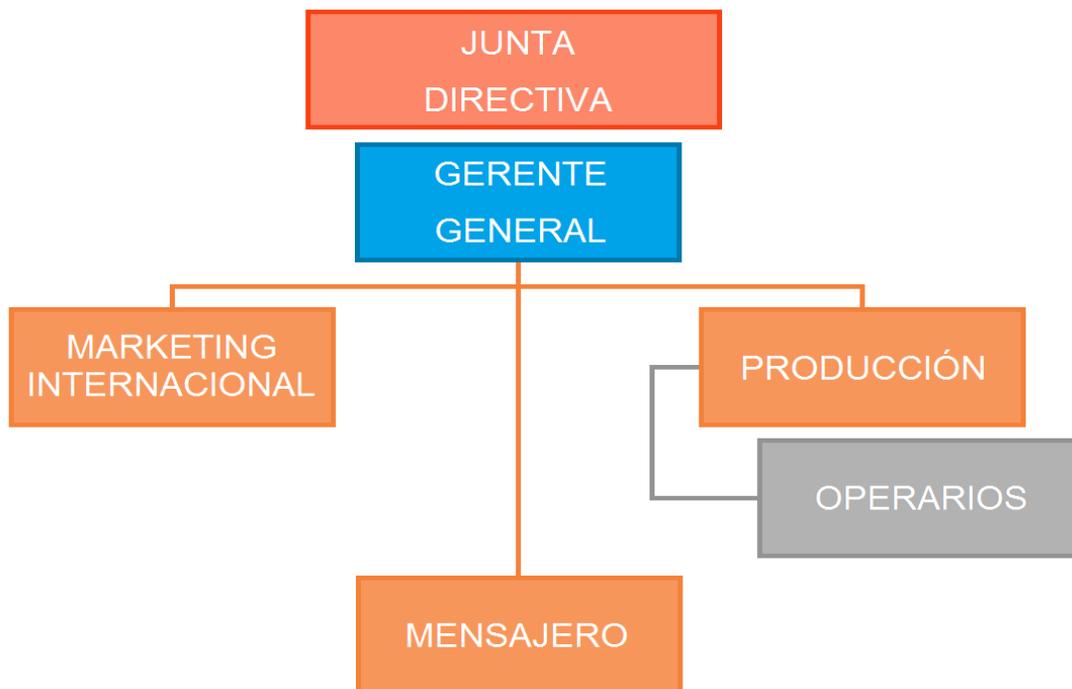
Todo esto con el objetivo de poner en marcha una idea emprendedora queriendo lograr posicionarnos en el exterior.

Por otro lado la cooperativa cuenta con ventajas tales como responsabilidad limitada ante terceros, las deudas de la empresa son solventadas con dinero de la misma y sin tomar capital personal de los socios, además en caso que uno de los socios desee retirarse la sociedad no se disolvería; continuaría su funcionamiento como desde sus inicios.

Previo a la organización de esta sociedad se tomaran en cuenta las respectivas medidas administrativas y tributarias conforme lo establece la Ley. Además se inscribirá la escritura social y los estatutos en el registro Mercantil correspondiente.

5.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El organigrama elaborado para NicaFlower es de carácter lineal funcional, este organigrama nos permitirá visualizar la estructura organizacional de la cooperativa de forma gráfica dándonos cuenta con las áreas que contamos y de esta forma desempeñar las tareas necesarias para el funcionamiento adecuado de nuestra empresa. La denominación "lineal" se debe al hecho de que entre el superior existen líneas directas y únicas de autoridad y responsabilidad. Es una organización simple y de conformación piramidal, donde cada jefe recibe y transmite lo que pasa en su área directamente y sin necesidad de intermediarios.



Se parte como órgano máximo de dirección y de toma de decisiones, es la asamblea de socios y después de esta la junta directiva y como órgano de apoyo la junta de vigilancia para llegar al gerente general.

- ✚ **Gerente General:** Se encargará de la toma de decisiones y de elaborar los registros contables de la empresa, además tendrá bajo su cargo marketing internacional y producción.

- ✚ **Mensajero:** El mensajero estará debajo de las otras áreas, pero conectado con el gerente general, se encargará de realizar los pagos, retiro de colilla INSS y otras gestiones administrativas.
- ✚ **Encargado de marketing internacional:** Desempeña cierto rol en una empresa, su labor es muy importante ya que administra, coordina, fija objetivos, estrategias y programa actividades para lograr las metas trazadas por la empresa (publicidad, promoción, investigación de mercados, producción, finanzas) define objetivos publicitarios, crea la base publicitaria, crean mensajes publicitarios y evalúan la efectividad de la publicidad.
- ✚ **Encargado de producción:** Ejecutar actividades y procedimientos del producto final de la empresa. Esta área se conforma por cuatro operarios que se encargarán de la planificación y supervisión del producto, selección y corte, empaque, embalaje y almacén del producto.

Actividades y Gastos Pre Operativos

En las tablas siguientes se muestran las actividades Pre - Operativas de NicaFlower las cuales se realizarán antes de iniciar operaciones detallando la duración y sus costos para cada una.

Actividades Pre Operativas

Tabla No. 15

ACTIVIDADES	DURACIÓN
Elaboración del plan	Del 5 de agosto al 18 de noviembre
Legislación de la empresa	15 días
Aprobación del financiamiento	15 días
Acondicionamiento del local	15 días
Compra de mobiliario y equipo de oficina	1 semana
Reclutamiento del personal	15 días
Capacitación del personal	15 días

ACTIVIDADES	COSTO
Elaboración del plan de negocio	\$200
Legislación de la empresa	\$400
Acondicionamiento del local	\$820
Compra de mobiliario y equipo de oficina	\$800
Reclutamiento del personal	\$80
Capacitación del personal	\$50
TOTAL	\$2.350,00

Fuente: Elaboración Propia

El plan de negocio será elaborado por los socios, por lo tanto los gastos a incurrir son en concepto de transporte, impresiones y fotocopias. La constitución legal de la empresa incluye inscripción al registro mercantil, constancia de matrícula del negocio, registro en la DGI, registro de marca y la afiliación al INSS.

Donde el fin de la cooperativa es obtener un plan de mercadeo para la incursión exitosa en el mercado holandés y con este penetrar en el mercado internacional.

El capital de la cooperativa será variable y de duración indefinida donde se realizarán asambleas generales para mejorar la estructura y funcionamiento de la cooperativa donde habrá deberes, derecho y sanciones para cada miembro de la cooperativa.

6. PLAN DE PRODUCCIÓN

Imagen No. 11

FLUJO GRAMA ANALITICO NICAFLOWER					
ACTIVIDAD	MAQUINARIA / HERRAMIENTA				CARGO
NEGOCIACION CON EMPRESAS INDUSTRIALES HOLANDESES	INTERACCION CON MEDIOS DIGITALES (VIDEOS, CONFERENCIA, CORREO, PAGINA WED.)				*GERENTE GENERAL. *ASISTENTE DE MARKETING INTERNANCIONAL.
ACOPIO DEL PRODUCTO TERMINADO	CORTE, PREPARACION, EMBALAJE DE LA FLOR				DEPARTAMENTO DE PRODUCCION.
FOB EN FABRICA	POLINES, EMPALETIZADO				RESPONSABLE DE VENTA

Fuente: Elaboración Propia

6.1. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Las casillas marcadas reflejan las operaciones que ejecutan los empleados, los 4 operarios de las casillas verdes reciben, casillas azules seleccionan, casillas amarillas preparan y cortan, casillas gris empaque, casilla naranjada embalaje y casilla celeste almacén.

En esta tabla podemos observar todo el proceso de producción: iniciando con la entrada de la materia prima a bodega, luego tenemos el proceso de selección y corte de las flores con sus respectivas medidas, empaque y embalaje.

Imagen No. 12

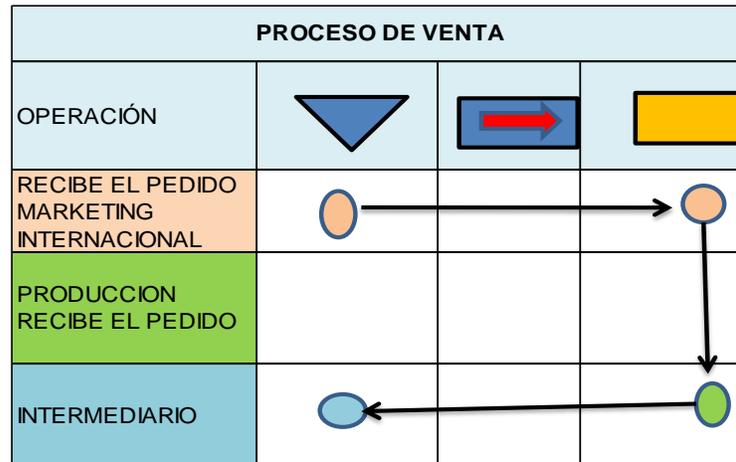
OPERACIÓN	TIEMPO	ESTACION	OPERARIOS	CAPACIDAD				
ENTRADA DE MATERIA PRIMA	14 CAJAS EMPACADAS/ 1 HORA	-	4	113 CAJAS EMPACADAS				
PROCESO DE SELECCIÓN	14 CAJAS EMPACADAS/ 1 HORA	-	4	113 CAJAS EMPACADAS				
PREPARACION DEL PRODUCTO Y CORTE	4 CAJAS PREPARADAS / 1 HORA	-	4	113 CAJAS EMPACADAS				
EMPAQUE	4 CAJAS PREPARADAS / 1 HORA	-	4	113 CAJAS EMPACADAS				
EMBALAJE	4 CAJAS PREPARADAS / 1 HORA	-	4	113 CAJAS EMPACADAS				
ALMACEN	4 CAJAS PREPARADAS / 1 HORA	-	4	113 CAJAS EMPACADAS				

Fuente: Elaboración Propia

Descripción del proceso de producción

- 1. Entrada de materia prima:** Acopio de materia prima, nuestros proveedores se encargan del traslado de la flores, llevan los tallos de Heliconias en camión hasta nuestras instalaciones recibido por el jefe de producción, los 4 operarios se encargaràn de empacar 113 cajas diarias conteniendo 6 Heliconias cada una, las 113 cajas por día se divide en 8 horas de trabajo son 14 cajas por hora estas se dividen en los 4 operarios cada operario trabajara 4 cajas.
- 2. Proceso de selección y corte:** La heliconia pasa por el proceso de limpieza realizando también el corte de cada tallo con sus respectivas medidas, al momento del corte se utiliza tijeras para dar formas y guillotina para cortar tallos aquí estarán trabajando 4 operarios.
- 3. Empaque:** Después que la heliconia este lista ya cortada con medidas pasa al proceso de empaque aquí trabaja 4 operario. Se comienza con la preparación de la caja, verificar que la caja lleve código de barra para llevar una buena contabilidad, número lote, idioma, que lleve ollitos a sus lados para ventilación y cuidado de la flor la caja mide 15cm de alto y 40 metros de largo .
- 4. Embalaje:** Ya cortadas las flores se colocan bolsitas de gel de sílica que absorben la humedad, se embuelve solamente en papel selofan la flor para que no se dañe ni se maltrate. Posteriormente se colocan en caja seis tallos de heliconia que irán sostenidas con hule de amarre para mantener su firmeza y cuidado de la flor, a qui trabajara 4 operario.
- 5. Almacen:** Terminado nuestro producto será trasladado al almacén por 4 operarios listo para la entrega a nuestro cliente final.

Imagen No. 13



Fuente: Elaboración Propia

- ✚ Recibe el pedido marketing internacional y después ser trasladada a la area de producción.
- ✚ Producción recibe el pedido y lo preparapara para después trasladarlo al almacen de producto terminado.
- ✚ Entrega de pedido al intermediario.

Distribución de las instalaciones:

Imagen No. 14



6.2. ACTIVO FIJO

Los activos fijos son bienes que posee la empresa los cuales son necesarios para el adecuado funcionamiento de la misma y que no son destinados para la venta. Estos activos tienen una vida útil que corresponde al tiempo durante el cual la empresa hace uso de ellos y la cantidad de años antes de que sean totalmente depreciados depende de la clasificación a la que pertenecen.

En NicaFlower tenemos representados los activos fijos en Equipos de Computación, Mobiliario y Equipo de Oficina, Herramientas Menores, Equipos de aires acondicionados y Equipos Rodantes como se muestra a continuación:

Tabla de Activos Fijos

Tabla No. 16

Descripción del activo	Detalle	Precio \$	Cantidad	Valor Total \$
Equipo de computación	Impresora multifuncional	\$212,75	1	\$212,75
	Computadoras	\$373,83	4	\$1.495,32
Mobiliario y equipo de oficina	Silla de oficina	\$43,13	3	\$129,39
	Teléfono	\$20,58	1	\$20,58
	Archivo de oficina	\$38,44	4	\$153,76
	Calculadora	\$30,25	4	\$121,00
	Escritorio de oficina	\$69,99	4	\$279,96
	Sillas de espera	\$34,88	3	\$104,64
Otros activos	Guillotina para cortar tallos	\$72,83	1	\$72,83
	Tijeras	\$19,90	3	\$59,70
	Mesa de metal	\$336,38	1	\$337,38
	Cuchillos	\$22,23	4	\$88,92
Equipo de Aires Acondicionados	Aire acondicionado	\$993,61	2	\$1.987,22
Edificio	Medida 10 X 30 vrs	\$26.000,00	1	\$26.000,00
Equipo de transporte	Suzuki	\$16.359,72	1	\$16.359,72
			Total	\$47.423,17

Fuente: Elaboración Propia

Términos y condiciones de la compra de activos fijos

En el siguiente cuadro se presentan las especificaciones de cada uno de los activos fijos que NicaFlower adquirirá con el fin de dar un excelente servicio.

Como se podrá observar, todas las compras se realizan de contado, considerando tres cotizaciones de compra efectuadas para poder elegir el proveedor que más convenía.

Tabla No. 17

Activo	Detalle	Proveedor	Características del activo especificaciones técnicas	Tipo de compra	Uso que se le dará
				(Crédito u contado)	
Equipo de computación	Impresora multi funcional	SEVASA	Impresora hp M130fw	contado	Impresiones administrativas
	Computadora	SEVASA	Case atx 281 c/fuente	contado	Establecer el contacto con el intermediario, fuentes administrativas, elaboración de cartas
Mobiliario y Equipo de oficina	Sillas de oficina	SEVASA	Silla Roma Secretarial Modelo AM160GEN47	contado	Comodidad del personal administrativo
	Teléfono	COMTECH	Panasonic inalanbrico-negro-kx-tgc350lab	contado	Contacto con los proveedores y gestiones administrativas
	Archivo de oficina	GOMPER	Archivador metálico ampo	contado	Documentos legales y administrativos
	Calculadora	COMTECH	Casio mesac/impresora papel reprint check	contado	Cálculo exacto para cada área administrativa
	Escritorio de oficina	COMTECH	Mueble xtech single level con gasbeta xtf-cd629/am100xtk03	contado	Comodidad del personal administrativo
	Silla de espera	COMTECH	Asiento: 45 cm de fondo 45 cm de ancho	contado	Atención para el público general
Otros activos	Guillotina para cortar tallos	FETESA	Cuchilla en acero especial para cortar tallos de flores.	contado	Dar forma a los tallos
	Tijeras	FETESA	Tijeras de flores con manga ergonómico	contado	Corte más preciso de la flor
	Mesa de metal	IMISA	Work table, sanless steel top	contado	Apoyo para corte de la flor
	Cuchillo	IMISA	Cuchillo deslonjador N°KWP-90	contado	Uso variado
Equipo de aire acondicionado	Aire acondicionado	FRIGIDAIRE	AA MINISPLIT 12000BTU R41AA MI	contado	Climatizar la flor
Equipo de transporte	Suzuki	CASA PELLAS, S.A.	VBB1C2E00069600CIAZ	contado	Gestiones administrativas
Edificio	-	-	Medida 10 X 30 vrs	contado	Oficina

Fuente: Elaboración Propia

Gastos de mantenimiento

NicaFlower está incluyendo un porcentaje de gastos de mantenimiento a cada activo fijo porque consideramos que nos permitirá un eficiente rendimiento, previendo futuras averías y de esta manera optimizando la utilización de dichos activos.

Los mantenimientos del primer año se realizaron basados en un porcentaje del 10% de manera general para cada activo sobre el valor de su compra y a partir del segundo año en adelante, se incrementó un 3.13% que representa la tasa de inflación anual 2017, de acuerdo al Banco Central de Nicaragua.

Tabla No. 18

Activo	Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de computación	Impresora multi funcional	\$21,28	\$21,94	\$22,63	\$23,34	\$24,07
	Computadoras	\$37,38	\$22,63	\$23,34	\$24,07	\$24,82
Mobiliario y equipo de oficina	Silla de oficina	\$4,31	\$4,45	\$4,59	\$4,73	\$4,88
	Teléfono	\$2,06	\$2,12	\$2,19	\$2,26	\$2,33
	Archivo de oficina	\$3,84	\$3,96	\$4,09	\$4,22	\$4,35
	Calculadora	\$3,03	\$3,12	\$3,22	\$3,32	\$3,42
	Escritorio de oficina	\$7,00	\$7,22	\$7,44	\$7,68	\$7,92
	Sillas de espera	\$3,49	\$3,60	\$3,71	\$3,83	\$3,95
Otros activos	Guillotina para cortar tallos	\$7,28	\$7,51	\$7,75	\$7,99	\$8,24
	Tijeras	\$1,99	\$2,05	\$2,12	\$2,18	\$2,25
	Mesa de metal	\$33,64	\$34,69	\$35,78	\$36,90	\$38,05
	Cuchillos	\$2,22	\$2,29	\$2,36	\$2,44	\$2,51
Equipo de Aires Acondicionados	Aire acondicionado	\$99,36	\$102,47	\$105,68	\$108,99	\$112,40
Equipo de transporte	Auto móvil Suzuki	\$1.635,97	\$1.687,18	\$1.739,99	\$1.794,45	\$1.850,61
TOTAL		\$1.862,85	\$1.905,23	\$1.964,87	\$2.026,37	\$2.089,79

Fuente: Elaboración Propia

6.3. VIDA ÚTIL DE ACTIVOS FIJOS

La vida útil de los Activos fijos depende de los años durante los cuales pueden ser utilizados por la empresa. En Nicaragua, el método para depreciar activos Fijos es el de Línea Recta que consiste en dividir el valor total del activo entre la cantidad de años de su vida útil.

En la siguiente tabla mostramos la división del valor de cada activo fijo entre sus años de vida útil. Cabe señalar que, depreciamos conforme la base legal del Art. 33. Sistemas Depreciación y Amortización y efecto del Art. 45 de la **Ley de Concentración Tributaria (LCT)**, con el numeral 1, la vida útil estimada de los bienes. Por tanto, nuestra depreciación es lineal conforme la ley establecida.

Según la **LCT**, los equipos de computación se deprecian en un 50% (dos años); pero NicaFlower considera que no es necesaria la compra de estos bienes al tercer año ya que aún tendrán buen funcionamiento y se les dará mantenimiento para alargar su uso.

Tabla No. 19

ACTIVO	DETALLE	VALOR DEL ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	MONTO A DEPRECIAR				
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de computación	Impresora multi funcional	\$212,75	50,00%	\$106,38	\$106,38	\$0,00	\$0,00	\$0,00
	Computadoras	\$1.495,32	50,00%	\$747,66	\$747,66	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Mobiliario y equipo de oficina	Silla de oficina	\$129,39	20,00%	\$25,88	\$25,88	\$25,88	\$25,88	\$25,88
	Teléfono	\$20,58	20,00%	\$4,12	\$4,12	\$4,12	\$4,12	\$4,12
	Archivo de oficina	\$153,76	20,00%	\$30,75	\$30,75	\$30,75	\$30,75	\$30,75
	calculadora	\$121,00	20,00%	\$24,20	\$24,20	\$24,20	\$24,20	\$24,20
	Escritorio de oficina	\$279,96	20,00%	\$55,99	\$55,99	\$55,99	\$55,99	\$55,99
	Silla de espera	\$104,64	20,00%	\$20,93	\$20,93	\$20,93	\$20,93	\$20,93
Otros activos	Guillotina para cortar tallos	\$72,83	20,00%	\$14,57	\$14,57	\$14,57	\$14,57	\$14,57
	Tijeras	\$59,70	20,00%	\$11,94	\$11,94	\$11,94	\$11,94	\$11,94
	Mesa de metal	\$337,38	20,00%	\$67,48	\$67,48	\$67,48	\$67,48	\$67,48
	Cuchillos	\$88,92	20,00%	\$17,78	\$17,78	\$17,78	\$17,78	\$17,78
Equipo de aire acondicionado	Aire acondicionado	\$1.987,22	10,00%	\$198,72	\$198,72	\$198,72	\$198,72	\$198,72
Edificio	Medida 10x30 vrs	\$26.000,00	10,00%	\$2.600,00	\$2.600,00	\$2.600,00	\$2.600,00	\$2.600,00
Equipo de transporte	Automóvil	\$200,00	20,00%	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00
TOTAL				\$3.966,39	\$3.966,39	\$3.112,35	\$3.112,35	\$3.112,35

Fuente: Elaboración Propia

6.4. CAPACIDAD PLANIFICADA Y FUTURA

Para encontrar la capacidad y la ociosidad utilizamos el criterio de las unidades elaboradas según la cantidad de horas utilizadas, como se explica a continuación:

Según la distribución de tiempo necesario para el procesamiento del producto, se estima según los estándares del sector que en una hora un colaborador puede procesar 30 tallos, por lo que al considerar la jornada laboral de 8 horas de trabajo diario por el número de colaboradores, se obtiene una capacidad de 240 tallos procesados por colaborador, al contar con 4 colaboradores se pueden procesar 960 por jornada diaria y 24,960 tallos por mes 299,520 por año, siendo esta la capacidad real del sistema.

Tabla No. 20

Capacidad	Número de tallos	Participación de mercado	Eficiencia del Sistema.	Capacidad Ociosa.
	Que se pueden procesar al año.	en número de tallos a vender al año		
Año 1	299520	212186	70,84%	29,15%
Año 2	299520	225057	75,13%	24,86%
Año 3	299520	237928	79,43%	20,56%
Año 4	299520	250799	83,73%	16,26%
Año 5	299520	263670	88,03%	11,96%

Fuente: Elaboración Propia

La capacidad efectiva la constituye la participación estimada de la demanda de mercado proyectada a los cinco años.

Siendo la división entre la participación de mercado y la capacidad real del sistema lo que nos permite calcular la eficiencia del sistema de producción y su capacidad ociosa.

La capacidad de eficiencia del sistema tiende a incrementarse año con año, en un 4.29%, pasando de 70.84% el primer año a 88.03%, al quinto año, no se pretende

incrementar la eficiencia a lo largo de los cinco años, más que el aumento generado por el propio aumento de la participación de mercado, ya que según nuestros cálculos la ociosidad del sistemas tiende a disminuirse conforme se alcanza un mayor volumen de ventas en el mercado seleccionado, por lo que esta tiende a desaparecer más allá del horizonte de los cinco años.

6.5. MATERIA PRIMA NECESARIA Y COSTO DE LA MATERIA PRIMA

Cálculos de costos unitarios

El análisis de precios unitarios es la justa evaluación del proceso productivo de NicaFlower, para que en la medida de la intervención de los precios unitarios se pueda hacer un comparativo a escala nacional o internacional de la flor Heliconia, siendo conscientes de la responsabilidad que implica como eslabones de esa cadena que sin disminuir su calidad, debemos producir beneficios justos y por tanto, sanos desarrollos a nivel persona, familia, empresa y país.

NicaFlower comercializa cajas que contienen 6 unidades sin embargo detallamos a continuación el costo unitario de la flor heliconia en donde tomamos en consideración los elementos del embalaje.

No omitimos informarles que el costo unitario está basado únicamente en el costo de materiales que NicaFlower incurrirá al comercializar la flor Heliconia en cajas de 6 unidades por tanto no producimos si no que brindamos un servicio.

Tabla No. 21

Costos Unitarios

Elementos	Costo (\$)
Costo Unitario x Heliconia	\$0.80
Caja de 6 unidades de Heliconias	\$4.81

Fuente: Elaboración Propia

Así mismo presentamos la proyección de costos que incurrirá seguir comercializando Heliconias en un periodo de 5 años, esto en base al porcentaje de inflación equivalente al 3.13 %, generando aproximadamente una variación entre el año actual hasta el año quinto de \$ 0.16 ctv.

Tabla No. 22

Proyección de Costos

Línea de servicio	Costo (\$) Año 1	Costo (\$) Año 2	Costo (\$) Año 3	Costo (\$) Año 4	Costo (\$) Año 5
Heliconia	\$0.32	\$0.33	\$0.34	\$0.35	\$0.36
Gel sílica	\$0.02	\$0.02	\$0.02	\$0.02	\$0.02
Hule de amarre	\$0.01	\$0.01	\$0.01	\$0.01	\$0.01
Envoltura	\$0.14	\$0.15	\$0.15	\$0.16	\$0.16
Caja	\$0.25	\$0.25	\$0.26	\$0.27	\$0.28
Stickers	\$0.07	\$0.07	\$0.07	\$0.07	\$0.08
Costo Unitario Heliconia x	\$0.80	\$0.83	\$0.85	\$0.88	\$0.91
Caja de 6 unidades de Heliconias	\$4.81	\$4.96	\$5.12	\$5.28	\$5.44

Fuente: Elaboración Propia

Costos embalaje

A continuación detallamos de manera pormenorizada el costo que incurrirá NicaFlower al comercializar caja conteniendo 6 tallos de flor:

- ✚ Costo unitario \$0.32, hacemos referencia al monto que tendrá la caja que contiene 6 heliconias, costo total es de \$1.94, calculado costo unitario (\$ 0.32) por 6 unidades de Heliconias.

Tabla No. 23

Heliconia		
Costo	Tipo de Cambio	C\$ dolarizados
C\$ 10,00	C\$ 31,00	\$0,32
Costo Unitario	-	\$0,32
Costo Unitario caja de 6 Heliconias	-	\$1,94

Fuente: Elaboración Propia

- ✚ Uno de los elementos que contiene la caja es Gel Silica, sustancia que es utilizada como un agente para controlar la humedad local y evitar el deterioro, misma que tiene un precio de \$ 0.02 por cada heliconia, esto dividiendo el costo unitario del producto (\$0.11) entre las 6 heliconias.

Tabla No. 24

Gel Silica		
Costo x millar	Tipo de Cambio	C\$ dolarizados
C\$ 3.457,89	C\$ 31,00	\$111,54
Costo Unitario	-	\$0,11
Costo Unitario x Heliconia	-	\$0,02

Fuente: Elaboración Propia

- ✚ Hule de amarre, se utilizará para fijar los 6 tallos de heliconias, tiene un precio unitario de \$0.01 por cada heliconia, esto dividiendo el costo unitario del producto (\$0.03) entre las 6 heliconias.

Tabla No. 25

Hule Para Amarre		
Costo x 100 Uds.	Tipo de Cambio	C\$ dolarizados
C\$ 100.00	C\$ 31,00	\$3,23
Costo Unitario	-	\$0,03
Costo Unitario x Heliconia	-	\$0,01

Fuente: Elaboración Propia

- ✚ Envoltura utilizada para enrollar los 6 tallos de heliconias, con el fin de proteger la flor, tiene un precio unitario de \$0.14 por cada heliconia, esto dividiendo el costo unitario del producto (\$1.72) entre las 6 heliconias.

Tabla No. 26

Envoltura		
Costo x metro	Tipo de Cambio	C\$ dolarizados
C\$ 53,40	C\$ 31,00	\$1,72
Costo Unitario	-	\$1,72
Costo Unitario x Heliconia	-	\$0,14

Fuente: Elaboración Propia

- ✚ Cajas de papel corrugado las que se utilizarán para empacar los 6 tallos de heliconias, tiene un precio unitario de \$0.25 por cada heliconia, esto dividiendo el costo unitario del producto (\$1.47) entre las 6 heliconias.

Tabla No. 27

Cajas		
Costo x millar	Tipo de Cambio	C\$ dolarizados
C\$ 45.678,34	C\$ 31,00	\$1.473,49
Costo Unitario	-	\$1,47
Costo Unitario x Heliconia	-	\$0,25

Fuente: Elaboración Propia

- ✚ Stikers con el logo de NicaFlower para rotular las cajas para envío, tiene un precio unitario de \$0.07 por cada heliconia, esto dividiendo el costo unitario del producto (\$0.40) entre las 6 heliconias.

Tabla No. 28

Stikers		
Costo x 100 Uds.	Tipo de Cambio	C\$ dolarizados
C\$ 1.234,90	C\$ 31,00	\$39,84
Costo Unitario	-	\$0,40
Costo Unitario x Heliconia	-	\$0,07

Fuente: Elaboración Propia

6.6. MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA

NicaFlower empleará cuatro operarios con un amplio conocimiento del manejo y cuidado de la flor heliconia, los cuales representan la mano de obra directa.

Así mismo se contará con Mano de Obra Indirecta que está representada por aquellos trabajadores que no se relacionan directamente con el servicio prestado pero que son necesarios para que se cumpla con el funcionamiento adecuado de la empresa:

Tabla No. 29

MANO DE OBRA DIRECTA	NUMERO DE PERSONAS EN CARGO	SALARIO MENSUAL POR COLABORADOR \$	SALARIO ANUAL
Operarios	4	\$250,00	\$12.000,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla No. 30

MANO DE OBRA INDIRECTA	NUMERO DE PERSONAS EN CARGO	SALARIO MENSUAL POR COLABORADOR \$	SALARIO ANUAL
Gerente general	1	\$420,00	\$5.040,00
Marketing internacional	1	\$350,00	\$4.200,00
Encargado de producción	1	\$260,00	\$3.120,00
Mensajero	1	\$225,00	\$2.700,00
Total	4	\$1.255,00	\$15.060,00

Fuente: Elaboración Propia

La nómina salarías de NicaFlower se elaboró conforme la descripción de cada puesto:

1. IINSS laboral se calculó del salario mensual por el 6.25%.
2. IR laboral se calculó aplicándole al salario mensual la Tabla del IR progresiva.
3. Salario neto se calculó del salario mensual menos el INSS laboral e IR laboral.
4. INSS patronal se calculó del salario mensual por el 19%.
5. INATEC se calculó del salario mensual por el 2%.
6. Aguinaldo, Vacaciones, Indemnización se calculó del salario mensual por 1/12.

Tabla No. 31

**NICAFLOWER
PLANILLA SALARIAL MENSUAL
MANO DE OBRA INDIRECTA**

Descripción (puesto)	Salario mensual	INSS laboral	IR Laboral	Salario neto	INSS Patronal	INATEC	Aguinaldo	Vacaciones	Indemnización
Gerente general	\$420,00	\$26,25	\$18,74	\$393,75	\$79,80	\$8,40	\$35,00	\$35,00	\$35,00
Marketing internacional	\$350,00	\$21,88	\$8,90	\$328,13	\$66,50	\$7,00	\$29,17	\$29,17	\$29,17
Encargado de producción	\$260,00	\$16,25	\$0,00	\$243,75	\$49,40	\$5,20	\$21,67	\$21,67	\$21,67
Mensajero	\$225,00	\$14,06	\$0,00	\$210,94	\$42,75	\$4,50	\$18,75	\$18,75	\$18,75
TOTAL MOI	\$1.255,00	\$78,44	\$27,64	\$1.176,56	\$238,45	\$25,10	\$104,58	\$104,58	\$104,58

Tabla No. 32

**NICAFLOWER
PLANILLA SALARIAL MENSUAL
MANO DE OBRA DIRECTA**

Descripción (puesto)	Salario mensual	INSS laboral	IR Laboral	Salario neto	INSS Patronal	INATEC	Aguinaldo	Vacaciones	Indemnización
Operario	\$250,00	\$15,63	\$0,00	\$234,38	\$47,50	\$5,00	\$20,83	\$20,83	\$20,83
Operario	\$250,00	\$15,63	\$0,00	\$234,38	\$47,50	\$5,00	\$20,83	\$20,83	\$20,83
Operario	\$250,00	\$15,63	\$0,00	\$234,38	\$47,50	\$5,00	\$20,83	\$20,83	\$20,83
Operario	\$250,00	\$15,63	\$0,00	\$234,38	\$47,50	\$5,00	\$20,83	\$20,83	\$20,83
TOTAL MOD	\$1.000,00	\$62,50	\$0,00	\$937,50	\$190,00	\$20,00	\$83,33	\$83,33	\$83,33
TOTAL GENERAL	\$2.255,00	\$140,94	\$27,64	\$2.114,06	\$428,45	\$45,10	\$187,92	\$187,92	\$187,92

Fuente: Elaboración Propia

6.7. GASTOS GENERALES DE LA EMPRESA

NicaFlower presenta gastos generales necesarios para la prestación de su servicio proyectándose para los próximos 5 años con una inflación anual de 3.13%, según informe del Banco Central de Nicaragua.

Tabla No. 33

Gastos de Servicios Básicos Año 1		
Concepto	Costo Mensual	Costo Anual
Agua	\$24,24	\$290,91
Electricidad	\$121,21	\$1.454,55
Pago de Basura	\$7,58	\$90,91
Teléfono-Internet	\$112,00	\$1.344,00
TOTAL SERVICIOS BÁSICOS		\$3.180,36

Fuente: Elaboración Propia

Los gastos de servicios básicos, consumo de combustible y mantenimiento son estimados por mes y luego calculado por año.

Tabla No. 34

TABLA DE GASTOS GENERALES DE LA EMPRESA					
GASTOS GENERALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Presupuesto de mercado	\$7.428,00	\$7.939,64	\$8.392,62	\$8.838,94	\$9.284,61
Depreciación	\$3.966,39	\$3.966,39	\$3.112,35	\$3.112,35	\$3.112,35
Servicios Básico (agua, luz, teléfono, internet)	\$3.180,36	\$3.279,91	\$3.382,57	\$3.488,44	\$3.597,63
Mantenimiento	\$1.862,85	\$1.905,23	\$1.964,87	\$2.026,37	\$2.089,79
Otros gastos (papelería, limpieza)	\$1.499,64	\$1.546,58	\$1.594,99	\$1.644,91	\$1.696,40
1% sobre las ventas	\$2.312,83	\$2.453,12	\$2.593,42	\$2.733,71	\$2.874,00
Matricula Alcaldía	\$192,74	\$204,43	\$216,12	\$227,81	\$239,50
Combustible y lubricantes	\$1.800,00	\$1.856,34	\$1.914,44	\$1.974,37	\$2.036,16
TOTAL	\$22.242,81	\$23.151,64	\$23.171,38	\$24.046,90	\$24.930,45

Fuente: Elaboración Propia

En la siguiente tabla tenemos los gastos totales de oficinas proyectados a 1 año, detallando la lista de todos los útiles de oficina.

Tabla No. 35

GASTOS DE OFICINA			
Concepto	Unidad	Precio Unitario	Total Anual
Archivador de acordeón	3	\$4,39	\$158,04
Engrapadora industrial	1	\$26,01	\$312,12
Engrapadora metálica tira completa	3	\$2,42	\$87,12
Fechador manual sencillo	3	\$0,86	\$30,96
Folder de manila carta	2	\$4,26	\$102,24
Folder de manila legal	2	\$5,15	\$123,60
Lapicero transparente (caja de 12 unidades)	3	\$0,14	\$5,04
Marcador recenteboss amarillo	3	\$0,53	\$19,08
Tinta para sello azul	3	\$0,33	\$11,88
Corrector de lápiz punta metálica	3	\$0,87	\$31,32
Grapa standars 26/6 (5,000 unidades)	3	\$0,67	\$24,12
Saca grapas plástico con unas	3	\$0,37	\$13,32
Libreta de taquigrafía	3	\$0,38	\$13,68
Block adves 3x3 neon 100 hojas amarillo	12	\$0,43	\$61,92
Tape Industrial 2" x 100 MT Transparente	4	\$1,56	\$74,88
Papel bond	10	\$3,37	\$404,40
Marcador permanente punta gruesa	4	\$0,54	\$25,92
TOTAL GASTOS DE OFICINA			\$1.499,64

Fuente: Elaboración Propia

7. PLAN DE FINANZAS

7.1. PLAN FINANCIERO

NicaFlower elaboró el siguiente plan financiero con el fin de formular unas estimaciones creíbles y comprensibles, que reflejen las previsiones de resultados financieros y que, de alguna manera, van a determinar la viabilidad de nuestra cooperativa.

El total de inversión en terreno y edificio es \$26,000.00, equipo de computación \$1,708.07, en equipo de oficina es de \$1,368.16, el capital de trabajo es de \$61,215.88 y en gastos pre operativos tenemos \$2,350.00 teniendo un total de inversión de \$110,989.05.

Tabla No. 36

INVERSIÓN INICIAL

Concepto	Inversión total	Financiamiento	
	Monto	Fondos Propios	Préstamos
Terreno y Edificio	\$ 26.000,00	\$ 26.000,00	
Equipo de Computación	\$ 1.708,07	\$ 1.708,07	
Equipo de Oficina y Producción	\$ 1.368,16	\$ -	\$ 1.368,16
Equipo de Oficina	\$ 809,33		
Herramientas	\$ 558,83		
Equipo rodante	\$ 16.359,72		\$ 16.359,72
Equipo de Aires Acondicionados	\$ 1.987,22		\$ 1.987,22
Capital de Trabajo:	\$ 61.215,88	\$ 61.215,88	\$ -
Capital Trabajo	\$ 61.215,88	\$ 61.215,88	
Gastos pre operativos	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	
Gastos pre operativos	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	
Totales:	\$ 110.989,05	\$ 91.273,95	\$ 19.715,10
	Total	Aporte	Financiamiento
	100%	82%	18%

Fuente Elaboración Propia

Detalle de costo de producción por caja

En la siguiente tabla mostramos el costo unitario por caja que contiene 6 unidades de Heliconias, siendo su costo total de \$4.81.

Tabla No. 37

DETALLE COSTO BRUTO POR PRODUCCIÓN AL MES		
Mercado de consumo Masivo		
	Aves del paraíso (heliconias)	
	Costo	
Costo de la heliconia	\$1,95	
Gel silica	\$0,09	
Hule de amarre	\$0,06	
Papel celofán	\$0,84	
Caja	\$1,47	
Stikers	\$0,40	
Total	\$ 4,81	
Porcentaje de Incremento Anual Estimado		3,13%

Fuente: Elaboración Propia

Costo de producción anual y por unidades producidas

Los costos de producción son los gastos necesarios para mantener este proyecto. En nuestra cooperativa la diferencia entre el ingreso por ventas y el costo de producción indicó el beneficio bruto que obtendríamos al comercializar cajas conteniendo 6 Heliconias en un periodo de 5 años.

Tomando la proyección de la demanda en la que se estableció que anualmente NicaFlower debe de aportar un aproximado de 212,186 tallos que representan 35,364 cajas por el costo unitario de \$ 4.81 obtuvimos el costo de producción anual equivalente a \$170,171.57.

Tabla No. 38

COSTO BRUTO															
MERCADO DE CONSUMO MASIVO															
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
Líneas de productos	Unidades	Costo unitario	Total	Unidades	Costo unitario	Total	Unidades	Costo unitario	Total	Unidades	Costo unitario	Total	Unidades	Costo unitario	Total
Aves del paraíso (heliconias)	35364	\$ 4,81	\$170.171,57	37511	\$ 4,96	\$186.150,66	39787	\$ 5,12	\$203.630,19	42203	\$ 5,28	\$222.751,05	44764	\$ 5,44	\$243.667,35
Total	35364		170.171,57	37511		\$186.150,66	39787		\$203.630,19	42203		\$222.751,05	44764		\$243.667,35

Fuente: Elaboración Propia

Detalle de costo bruto por producción

Los costos de mano de obra indirecta se refieren a los salarios pagados a los trabajadores que realizan tareas que no contribuyen directamente con la comercialización de flores, así mismo detallamos los gastos generales de la empresa los cuales engloban los gastos necesarios para no cesar la actividad, pero que no están directamente relacionados con el servicio que NicaFlower ofrece, estos costos no están incluidos en los costos de los bienes vendidos.

Tabla No. 39

Gastos generales	\$26.184,34	\$27.807,46	\$ 29.473,84	\$ 31.230,34	\$ 33.091,55
Gastos de Administracion (M.O. Indirecta)	\$30.987,60	\$33.544,08	\$ 36.311,46	\$ 39.307,16	\$ 42.550,00

Fuente: Elaboración Propia

Estados Financieros Proyectados

La proyección de los Estados Financieros consiste en calcular cual podría ser la posición financiera que presentará la empresa en el futuro. En el primer año de operación NicaFlower presenta una utilidad neta de \$32,704.91.

Las ventas y los costos se incrementan, observándose un aumento en las utilidades que genera el negocio a lo largo de los cinco años de análisis.

7.2. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla No. 40

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 297.057,60	\$ 324.951,28	\$ 355.464,18	\$ 388.842,23	\$ 425.354,48
Costo de los bienes vendidos	\$ 187.691,57	\$ 205.116,06	\$ 224.160,24	\$ 244.974,82	\$ 267.724,59
Utilidad Bruta	\$ 109.366,03	\$ 119.835,22	\$ 131.303,94	\$ 143.867,41	\$ 157.629,89
Gastos Generales (sin depreciación)	\$ 26.184,34	\$ 27.807,46	\$ 29.473,84	\$ 31.230,34	\$ 33.091,55
Gastos Administración	\$ 30.987,60	\$ 33.544,08	\$ 36.311,46	\$ 39.307,16	\$ 42.550,00
Depreciación	\$ 3.966,39	\$ 3.966,39	\$ 3.112,35	\$ 3.112,35	\$ 3.112,35
Total Gastos de Operación	\$ 61.138,33	\$ 65.317,93	\$ 68.897,65	\$ 73.649,85	\$ 78.753,90
Utilidad de Operación	\$ 48.227,70	\$ 54.517,29	\$ 62.406,29	\$ 70.217,55	\$ 78.875,99
Intereses pagados	\$ 1.506,39	\$ 1.125,24	\$ 710,48	\$ 259,15	\$ -
Utilidad antes de impuestos	\$ 46.721,31	\$ 53.392,05	\$ 61.695,80	\$ 69.958,40	\$ 78.875,99
Impuestos 30% IR	\$ 14.016,39	\$ 16.017,61	\$ 18.508,74	\$ 20.987,52	\$ 23.662,80
Utilidad neta	\$ 32.704,91	\$ 37.374,43	\$ 43.187,06	\$ 48.970,88	\$ 55.213,19

Fuente: Elaboración Propia

7.3. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

El total de activos con el que cuenta la cooperativa va en ascenso de \$110,989.05 en el primer año a \$308,724.43 en el quinto año.

El pasivo lo conforman las obligaciones que posee la empresa con el banco correspondiente a \$19,715.10, esto corresponde al financiamiento solicitado en el banco, que se cancela al año 3.

El patrimonio neto está valorado en \$91,273.95 que equivale a la cantidad de dinero que tiene invertida los 5 socios de la cooperativa.

Tabla No. 41

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos circulantes	\$63.565,88	\$95.914,48	\$132.551,45	\$173.732,26	\$220.245,55	\$278.571,10
Propiedad, Planta y Equipo	\$63.565,88	\$95.914,48	\$132.551,45	\$173.732,26	\$220.245,55	\$278.571,10
Activo fijo	\$47.423,17	\$43.456,78	\$39.490,39	\$36.378,04	\$33.265,69	\$30.153,33
Equipo de Oficina	\$809,33	\$809,33	\$809,33	\$809,33	\$809,33	\$809,33
Terreno y Edificio	\$26.000,00	\$26.000,00	\$26.000,00	\$26.000,00	\$26.000,00	\$26.000,00
Otros Equipos y Utensilios	\$558,83	\$558,83	\$558,83	\$558,83	\$558,83	\$558,83
Equipo Rodante	\$16.359,72	\$16.359,72	\$16.359,72	\$16.359,72	\$16.359,72	\$16.359,72
Equipo de Computación	\$1.708,07	\$1.708,07	\$1.708,07	\$1.708,07	\$1.708,07	\$1.708,07
Equipo de Aires Acondicionados	\$1.987,22	\$1.987,22	\$1.987,22	\$1.987,22	\$1.987,22	\$1.987,22
Depreciación acumulada	\$0,00	-\$3.966,39	-\$7.932,78	-\$11.045,13	-\$14.157,49	-\$17.269,84
Activo Diferido	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Pre-Operativos (Constitución y Legalización)	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Amortización Diferidos	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Total de activos diferidos	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Total de activos	\$110.989,05	\$139.371,27	\$172.041,85	\$210.110,30	\$253.511,24	\$308.724,43
PASIVOS	\$19.715,10	\$15.392,40	\$10.688,55	\$5.569,94	\$0,00	\$0,00
Pasivo largo plazo	\$19.715,10	\$15.392,40	\$10.688,55	\$5.569,94	\$0,00	\$0,00
Préstamo largo plazo	\$19.715,10	\$15.392,40	\$10.688,55	\$5.569,94	\$0,00	\$0,00
CAPITAL	\$91.273,95	\$123.978,86	\$161.353,29	\$204.540,36	\$253.511,24	\$308.724,43
Capital social	\$91.273,95	\$91.273,95	\$91.273,95	\$91.273,95	\$91.273,95	\$91.273,95
Utilidad acumulada			\$32.704,91	\$70.079,35	\$113.266,41	\$162.237,29
Utilidad del periodo		\$32.704,91	\$37.374,43	\$43.187,06	\$48.970,88	\$55.213,19
TOTAL PASIVO MÁS CAPITAL	\$110.989,05	\$139.371,27	\$172.041,85	\$210.110,30	\$253.511,24	\$308.724,43

Fuente: Elaboración Propia

7.4. ESTADO FLUJO DE CAJA

En la siguiente tabla tenemos la proyección del flujo de caja proyectado con un ingreso por utilidad contable de \$32,704.91 para el año 0 y un saldo inicial para el año 1 de \$95,914.48 y un saldo final para el año 1 de \$132,551.45 presentando un aumento en el saldo final para el año 5 de \$ 278,571.10.

Tabla No. 42

Flujo de caja					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial	\$63.565,88	\$95.914,48	\$132.551,45	\$173.732,26	\$220.245,55
Ingresos (Utilidad contable)	\$32.704,91	\$37.374,43	\$43.187,06	\$48.970,88	\$55.213,19
Egresos					
Amortización	\$4.322,70	\$4.703,85	\$5.118,61	\$5.569,94	\$0,00
Depreciación	\$3.966,39	\$3.966,39	\$3.112,35	\$3.112,35	\$3.112,35
SALDO FINAL	\$95.914,48	\$132.551,45	\$173.732,26	\$220.245,55	\$278.571,10

Fuente: Elaboración Propia

7.5. PROGRAMA DE DEVOLUCIÓN DEL PRÉSTAMO

El porcentaje de financiamiento es del 18% sobre el monto de la inversión total mismo que será financiado por el Banco de América Central (BAC), a un plazo de cuatro años y una tasa de interés del 8.48% anual, lo cual constituye nuestro gasto financiero, el restante 82% será aporte de los socios.

Tabla No. 43

CÁLCULO CUOTA PRÉSTAMO	
Monto	\$ 19.715,10
Interés Anual	8,48%
Plazo en Meses	48
Cuota	(\$485,76)
Seguros	0%
Cuota Total	\$ 485,76

Fuente Elaboración Propia

Cooperativa Exportadora de Flor Tropical Heliconia NICAFLOWER R.L.

Tabla de amortización de préstamo				
Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo
0				\$19,715.10
Año 1				
1	\$485.76	\$139.32	\$346.44	\$19,368.66
2	\$485.76	\$136.87	\$348.89	\$19,019.78
3	\$485.76	\$134.41	\$351.35	\$18,668.43
4	\$485.76	\$131.92	\$353.83	\$18,314.59
5	\$485.76	\$129.42	\$356.33	\$17,958.26
6	\$485.76	\$126.91	\$358.85	\$17,599.41
7	\$485.76	\$124.37	\$361.39	\$17,238.02
8	\$485.76	\$121.82	\$363.94	\$16,874.08
9	\$485.76	\$119.24	\$366.51	\$16,507.56
10	\$485.76	\$116.65	\$369.10	\$16,138.46
11	\$485.76	\$114.05	\$371.71	\$15,766.74
12	\$485.76	\$111.42	\$374.34	\$15,392.40
Año 2				
13	\$485.76	\$108.77	\$376.98	\$15,015.42
14	\$485.76	\$106.11	\$379.65	\$14,635.77
15	\$485.76	\$103.43	\$382.33	\$14,253.44
16	\$485.76	\$100.72	\$385.03	\$13,868.41
17	\$485.76	\$98.00	\$387.75	\$13,480.65
18	\$485.76	\$95.26	\$390.49	\$13,090.16
19	\$485.76	\$92.50	\$393.25	\$12,696.90
20	\$485.76	\$89.72	\$396.03	\$12,300.87
21	\$485.76	\$86.93	\$398.83	\$11,902.04
22	\$485.76	\$84.11	\$401.65	\$11,500.39
23	\$485.76	\$81.27	\$404.49	\$11,095.90
24	\$485.76	\$78.41	\$407.35	\$10,688.55
Año 3				
25	\$485.76	\$75.53	\$410.23	\$10,278.33
26	\$485.76	\$72.63	\$413.12	\$9,865.21
27	\$485.76	\$69.71	\$416.04	\$9,449.16
28	\$485.76	\$66.77	\$418.98	\$9,030.18
29	\$485.76	\$63.81	\$421.94	\$8,608.23
30	\$485.76	\$60.83	\$424.93	\$8,183.31
31	\$485.76	\$57.83	\$427.93	\$7,755.38
32	\$485.76	\$54.80	\$430.95	\$7,324.43
33	\$485.76	\$51.76	\$434.00	\$6,890.43
34	\$485.76	\$48.69	\$437.07	\$6,453.36
35	\$485.76	\$45.60	\$440.15	\$6,013.21
36	\$485.76	\$42.49	\$443.26	\$5,569.94
Año 4				
37	\$485.76	\$39.36	\$446.40	\$5,123.55
38	\$485.76	\$36.21	\$449.55	\$4,674.00
39	\$485.76	\$33.03	\$452.73	\$4,221.27
40	\$485.76	\$29.83	\$455.93	\$3,765.34
41	\$485.76	\$26.61	\$459.15	\$3,306.19
42	\$485.76	\$23.36	\$462.39	\$2,843.80
43	\$485.76	\$20.10	\$465.66	\$2,378.14
44	\$485.76	\$16.81	\$468.95	\$1,909.18
45	\$485.76	\$13.49	\$472.27	\$1,436.92
46	\$485.76	\$10.15	\$475.60	\$961.31
47	\$485.76	\$6.79	\$478.96	\$482.35
48	\$485.76	\$3.41	\$482.35	\$0.00

AÑO 1	
Interés	Capital
\$1,506.39	\$4,322.70

AÑO 2	
Interés	Capital
\$1,125.24	\$4,703.85

AÑO 3	
Interés	Capital
\$710.48	\$5,118.61

AÑO 4	
Interés	Capital
\$259.15	\$5,569.94

7.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio para el primer año es de \$220.490.91 este es el monto que se necesita vender para que los ingresos sean iguales a los costos, lo que representa el 74 % de las ventas totales.

Tabla No. 44

PUNTO DE EQUILIBRIO (U\$)					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Porcentaje sobre ventas %	74%	73%	72%	71%	70%
Punto de Equilibrio	\$220.490,91	\$237.452,61	\$254.357,34	\$274.194,68	\$296.092,83
Ventas	\$297.057,60	\$324.951,28	\$355.464,18	\$388.842,23	\$425.354,48
Porcentaje sobre ventas %	32%	31%	31%	30%	30%
Costos Fijos	\$94.181,12	\$101.426,19	\$108.646,92	\$117.120,30	\$126.473,94
Mano de Obra Directa	\$17.520,00	\$18.965,40	\$20.530,05	\$22.223,77	\$24.057,24
Gastos Generales (sin depreciación)	\$26.184,34	\$27.807,46	\$29.473,84	\$31.230,34	\$33.091,55
Gastos Administración	\$30.987,60	\$33.544,08	\$36.311,46	\$39.307,16	\$42.550,00
Depreciación	\$3.966,39	\$3.966,39	\$3.112,35	\$3.112,35	\$3.112,35
Intereses pagados	\$1.506,39	\$1.125,24	\$710,48	\$259,15	\$0,00
Impuestos	\$14.016,39	\$16.017,61	\$18.508,74	\$20.987,52	\$23.662,80
Porcentaje sobre ventas %	57%	57%	57%	57%	57%
Costos Variables	\$170.171,57	\$186.150,66	\$203.630,19	\$222.751,05	\$243.667,35
Costo de Venta (sin M.O.D.)	\$170.171,57	\$186.150,66	\$203.630,19	\$222.751,05	\$243.667,35

Fuente: Elaboración Propia

7.7. RAZONES FINANCIERAS.

La rentabilidad sobre las ventas aumenta a lo largo de los cinco años, generando utilidades, la rentabilidad sobre la inversión viene aumentando a medida que se recupera el capital invertido al inicio del plan de inversión. La rentabilidad sobre la inversión nos indica una mayor eficiencia en el uso de los activos de la cooperativa para generar ingresos.

Tabla No. 45

RAZONES FINANCIERAS				
	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rentabilidad sobre ventas	12%	12%	13%	13%
Rentabilidad sobre inversión	34%	39%	44%	50%

Fuente: Elaboración Propia

7.8. FLUJO DE FONDOS

El flujo de fondos es un indicador importante del rendimiento de un negocio, hemos calculado lo siguiente

- ✚ Valor Actual Neto (VAN) que es de 25,756.72, es un índice que nos va a permitir medir si una inversión puede maximizar o no su rentabilidad., tomamos el total de RBC por el periodo de 5 años y le restamos el valor de flujo de fondos del año 0.
- ✚ Tasa interna de retorno (TIR) que es del 24%
- ✚ Tasa de descuento: Activa + pasiva + inflación.
 $TD = 8.48 + 3.88 + 3.13 = 15.49$

Tabla No. 46

FLUJO DE FONDOS						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad contable		\$32.704,91	\$37.374,43	\$43.187,06	\$48.970,88	\$55.213,19
Depreciación		\$3.966,39	\$3.966,39	\$3.112,35	\$3.112,35	\$3.112,35
Amortización		\$4.322,70	\$4.703,85	\$5.118,61	\$5.569,94	\$0,00
Flujo de fondos	\$(110.989,05)	\$32.348,61	\$36.636,97	\$41.180,81	\$46.513,29	\$58.325,55
VAN al 15,49%	25.756,72					
TIR	24%					
Tasa de descuento	0,1549					

Fuente: Elaboración Propia

7.9. PERIODO DE RECUPERACIÓN

El periodo de recuperación de la inversión es de 4 años 9 meses y 28 días. Relación Beneficio costo (RBC) es de 1.23 > 1 indicando que cada unidad monetaria invertida se obtiene 0.23 centavos de dólar de ganancia.

Tabla No. 47

	FLUJO DE FONDOS DESCONTADOS POR AÑO				
	1	2	3	4	5
RELACION BENEFICIO COSTO	28.009,88	27.468,24	26.733,86	26.145,66	28.388,14
Periodo de Recuperación	(82.979,17)	(55.510,94)	(28.777,07)	(2.631,42)	25.756,72

Fuente: Elaboración Propia

8. CONCLUSIONES

Como resultado de la elaboración del plan de negocio Cooperativa Exportadora Tropical Heliconia NicaFlower R.L., hemos concluido lo siguiente:

1. La demanda de flores tropicales en el mercado de destino tiene una tendencia creciente con miras a incrementar al paso del tiempo.
2. Los precios en el mercado de destino son elevados lo que garantiza la preferencia de nuestro producto ya que ofrecemos un producto de buena calidad y a un precio accesible.
3. La forma organizativa de la empresa permite obtener ciertos beneficios de la ley por estar exentos de algunos impuestos.
4. La inversión se recupera en un periodo de un poco más de cuatro años, esto gracias a los márgenes de utilidades que genera la cooperativa.
5. Los indicadores financieros VAN, TIR, nos demuestran que la empresa es rentable ya el cálculo una TIR es mayor que la tasa de descuento y el VAN es mayor que uno.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1-- www.blog-emprendedor.info
(<http://www.blog-emprendedor.info/como-crear-una-empresa-de-exportaciones-o-importaciones/>)
- 2-- www.blog-emprendedor.info
([http://www.blog-emprendedor.info/que-hacer-para-exportar-un-producto/L. Watson y M. J. Dallwitz, *The families of flowering plants - Strelitziaceae*](http://www.blog-emprendedor.info/que-hacer-para-exportar-un-producto/L. Watson y M. J. Dallwitz, The families of flowering plants - Strelitziaceae))
- 3-- www.agroecologiaieta.blogspot.com
(http://agroecologiaieta.blogspot.com/2012/02/cultivo-asociado-de-flores-exoticas_21.html)
- 4-- www.economia48.com
(<http://www.economia48.com/spa/d/fob/fob.htm>)
- 5-- www.ipsa.gob.ni/
- 6-- www.issuu.com
(https://issuu.com/glriavalencia/docs/plan_exportador_de_heliconias)
- 7-- www.untraflores.org
(<http://untraflores.org/index.php/sindicatos-mainmenu-8/49-sobre-la-floricultura/296-algunos-aspectos-del-comercio-mundial-de-las-flores>)
- 8-- www.google.com.ni
(https://www.google.com.ni/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://estrategias-negocio.blogspot.com/2009/04/estrategia-marketing-distribucion.html%3Fm%3D1&ved=0ahUKEwiW9sbNoaTXAhXEQyYKHZhMC7sQFgg4MAM&usq=AOvVaw0qC_NeU2zZI_E5fm6sjTKi)

- 9-- www.marketing-xxi.com
(<http://www.marketing-xxi.com/la>)
- 10-- William J. Stanton; Michael J. Etzel & Bruce J. Walker, “Fundamentos de Marketing”, 14 edición, México, McGraw-Hill Interamericana, año 2010.
- 11-- Kotler & Armstrong, “Fundamentos de Marketing”, 8 edición, México, PEARSON Prentice Hall, año 2002.
- 12-- [www.marketingyconsumo.com](http://marketingyconsumo.com)
(<http://marketingyconsumo.com/estrategias-de-posicionamiento.html>)
- 13-- www.holland.com
(<https://www.holland.com/es/turista/informacion/los-mejores-mercados-de-flores-de-holanda.htm>)
- 14-- www.holland.com
(<https://www.holland.com/es/turista/rutas-tematicas/flores.htm>)
- 15-- www.holland.com
(<https://www.holland.com/es/turista/descubre-holanda/tradicionales/los-tulipanes/flores-2-1.htm>)
- 16-- www.sobreholanda.com
(<https://sobreholanda.com/2009/11/16/holanda-el-pais-de-las-flores/>)
- 17-- www.datosmacro.com
(<https://www.datosmacro.com/paises/holanda>)
- 18-- www.knoema.es
(<https://knoema.es/atlas/Holanda/topics/Datos-demogr%C3%A1ficos>)

- 19-- www.viajesaholanda.com
(<http://www.viajesaholanda.com/estilo-de-vida-en-holanda/>)
- 20-- www.mariamikhailova.com
(<https://mariamikhailova.com/2015/08/24/10-cosas-que-podriamos-aprender-de-los-holandeses>)
- 21-- www.trademap.org
(<http://www.trademap.org/Index.aspx>)
- 22-- www.sobreholanda.com
(<https://sobreholanda.com/2011/07/29/la-geografia-de-los-paises-bajos/>)
- 23-- www.inboundcycle.com
(<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>)
- 24-- www.pixel-creativo.blogspot.com
(<http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/marketing-mix-las-4-p-del-marketing.html>)
- 25-- www.mercadotecniatotal.com
(<http://www.mercadotecniatotal.com/mercadotecnia/desarrollo-del-marketing-mix-las-4-ps/>)

9. ANEXOS

IMAGOTIPO



FLOR HELICONIA



TRATADO ADA

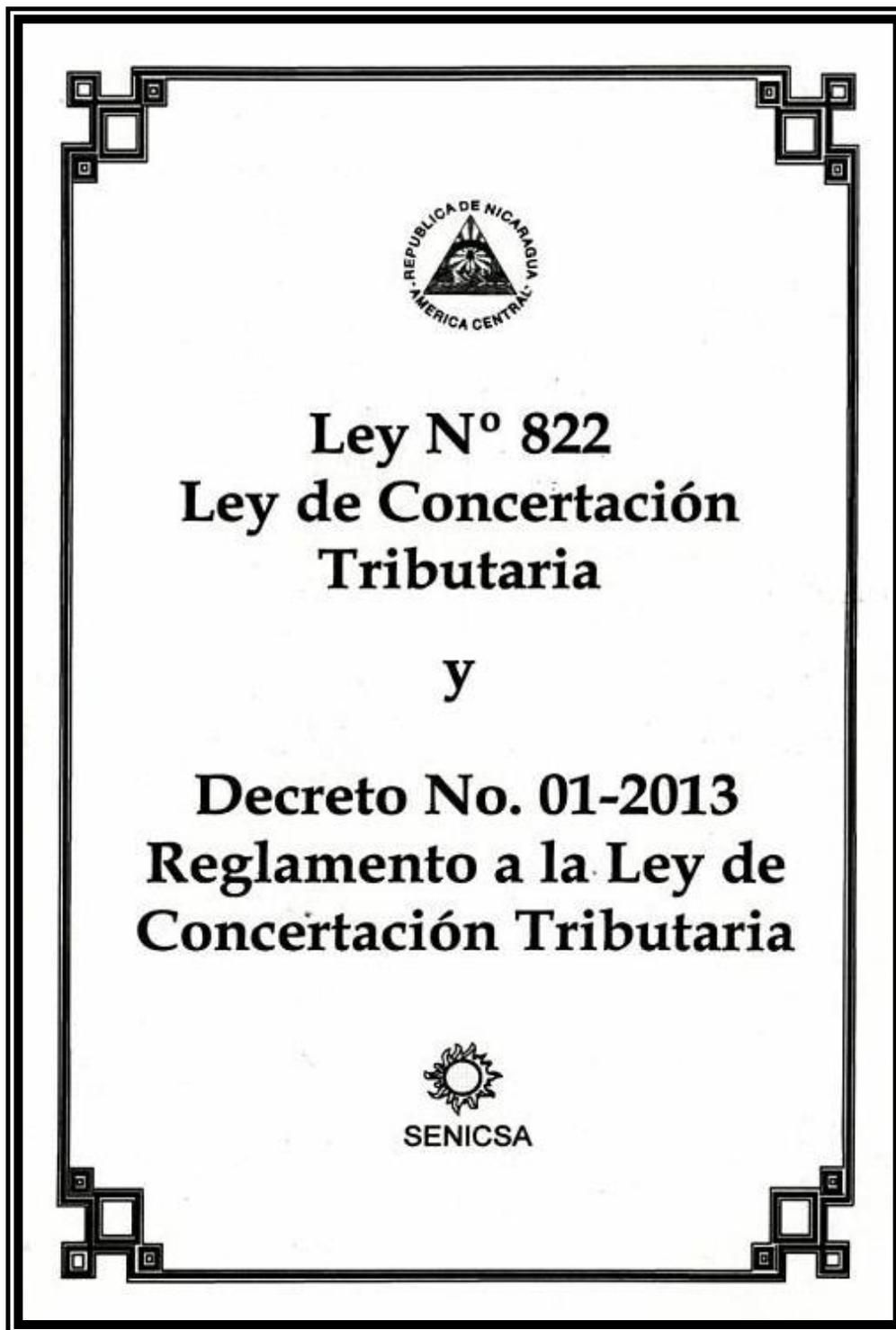


AdA – Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea

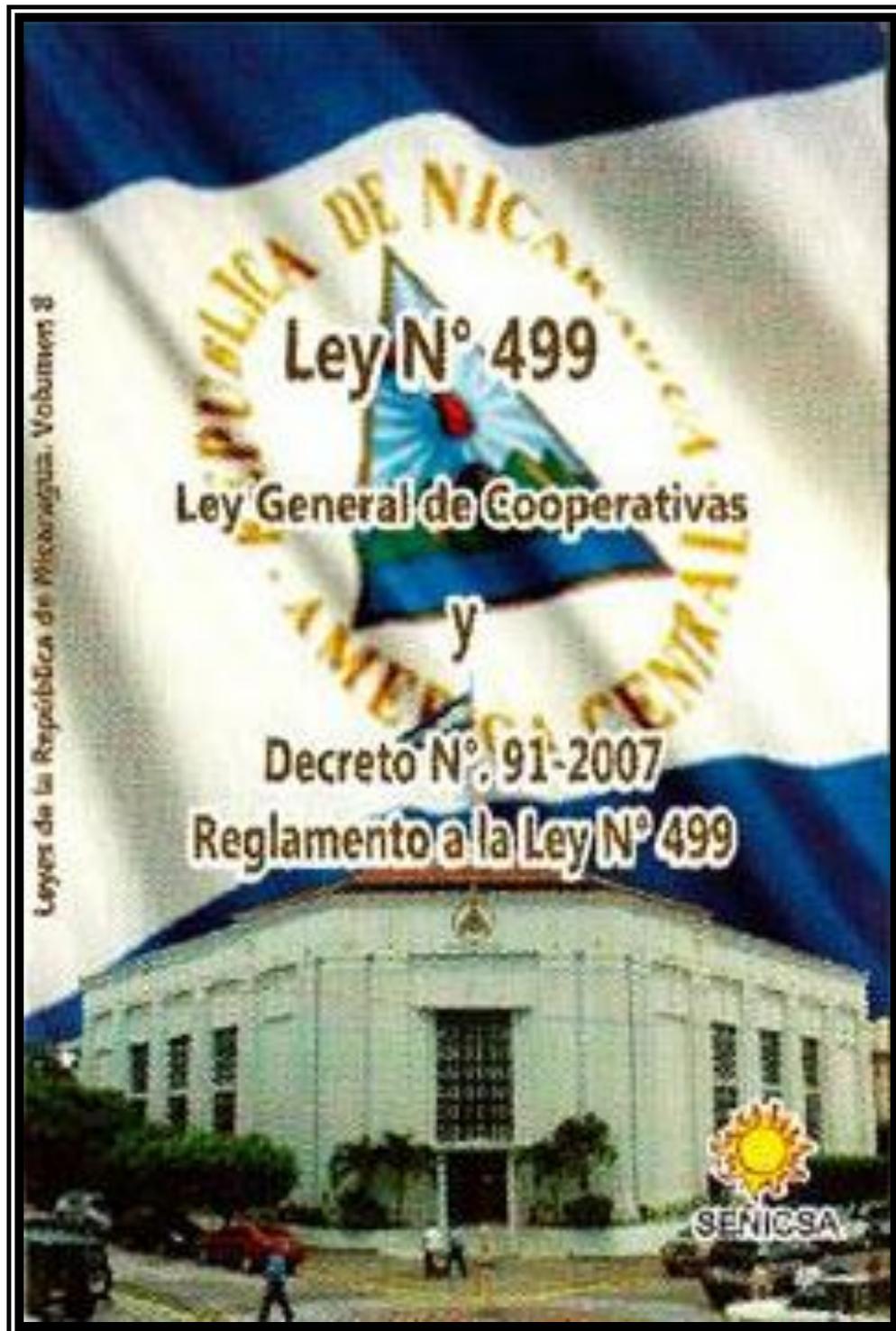
Indice

1. Sitios de interés:	2
2. Historial	2
3. Objetivo "Integración Regional"	4
4. Estados Miembros del Acuerdo	5
5. Beneficios del Acuerdo para la UE y CA	5
6. Los 3 Pilares	7
7. EL Pilar Comercial	8
7.1 Detalles Sobre El Pilar Comercial	8
7.2 Información arancelaria (exporthelp.europa.eu)	8
7.3 Reglas de origen	9
7.4 Requisitos para exportar de CA hacia la UE	10
7.5 Requisitos no arancelarios de la Unión Europea	12
7.6 Requisitos para importar desde la UE hacia Centroamérica	15
7.7 Otras páginas de interés para las pymes que desean encontrar información sobre mercados	15
8. Categoría de Desgravación:	16

LEY No. 822 – LEY DE CONCERTACIÓN TRIBUTARIA



LEY No. 499 – LEY GENERAL DE COOPERATIVAS



LEY No.765

LEY DE FOMENTO A LA PRODUCCION AGROECOLOGICA U ORGANICA



MEDIDAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS



FORMULARIO IPSA

Gobierno de Reconciliación
y Unidad Nacional
El Pueblo, Presidente!

IPSA
INSTITUTO DE PROTECCIÓN Y
SANIDAD AGROPECUARIA

**Instituto de protección y sanidad agropecuaria.
Dirección de sanidad vegetal y semilla.
Departamento de Inspección y certificación fitosanitaria**

Lista de cheque para la evaluación de procesadores orgánicos de productos agrícolas.

1. Datos generales

Nombre de la empresa:	N° registro	
Nombre de la persona entrevistada :		
Dirección de la unidad procesadora:		
Teléfono:	Fax:	Correo electrónico
Fecha de la fiscalización:		
Fecha de última fiscalización:		
Nombre del inspector que realiza la fiscalización		

Se adjunta los siguientes documentos

N°	Documento	SI	Fechas
1	Plano de la planta de procesamiento		
2	Croquis de ubicación		
3	Copia de la personería jurídica		
4	Informe de Inspección de la agencia certificadora		

2. Datos de la unidad de productiva.

Superficie total de la planta m²: _____, superficie con construcción m²: _____

Capacidad de proceso de la planta: _____, n° de almacenes: _____

Dirección de los almacenes: _____

Tipo de propiedad: propia: _____ arrendada: _____ en sociedad: _____.

3. Descripción de las actividades.

Tipo de proceso: _____ fecha de inicio de las actividades: _____

**FE,
FAMILIA
Y COMUNIDAD!
EN VICTORIAS!**

CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA!

Instituto de Protección y Sanidad Agropecuaria IPSA
Departamento de Inspección y Certificación Fitosanitaria DICF
Dirección: kilómetro 5 ½ Carretera a Masaya, contiguo a delegación INSS
Germán Pomares - Teléfonos: 2270 9918, 2278 1320, 2278 4235.



N°	Productos procesados	Cantidad orgánico	Cantidad convencional

4. Flujo del producto (desde que llega a la planta hasta que sale como producto procesado).



CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA!
Instituto de Protección y Sanidad Agropecuaria IPSA
Departamento de Inspección y Certificación Fitosanitaria DICF
Dirección: kilómetro 5 ½ Carretera a Masaya, contiguo a delegación INSS
Germán Pomares - Teléfonos: 2270 9918, 2278 1320, 2278 4235.



5. Ingredientes del producto final orgánico.

Producto final	Ingredientes y materias primas	Certificado orgánico		Agencia de certificación
		Si	No	

6. Descripción detallada de las medidas tomadas para asegurar la separación de los productos orgánicos de los convencionales.

7. Infraestructura del procesamiento

Ambientes y equipos	Nº	Capacidad



CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA!
 Instituto de Protección y Sanidad Agropecuaria IPSA
 Departamento de Inspección y Certificación Fitosanitaria DICF
 Dirección: kilometro 5 ½ Carretera a Masaya, contiguo a delegación INSS
 Germán Pomares - Teléfonos: 2270 9918, 2278 1320, 2278 4235.

--	--

8. Limpieza de equipos
¿Existe un programa permanente de limpieza? : Si: _____ No: _____

Equipo	Producto utilizado	Periodicidad o fecha

9. Describa los procedimientos para evitar la contaminación de los productos orgánicos:

10. Sistema de control de calidad
Describa los procedimientos para el aseguramiento de la calidad del producto (en caso de HACCP, anexar documentación probatoria):

11. Procesamiento en la unidad productiva (describa):

CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA!
Instituto de Protección y Sanidad Agropecuaria IPSA
Departamento de Inspección y Certificación Fitosanitaria DICP
Dirección: kilómetro 5 ½ Carretera a Masaya, contiguo a delegación INSS
Germán Pomares - Teléfonos: 2270 9918, 2278 1320, 2278 4235.

Gobierno de Reconciliación
y Unidad Nacional
El Pueblo, Presidente!

IPSA
INSTITUTO DE PROTECCIÓN Y
SANIDAD AGROPECUARIA

12. Almacenamiento

Productos: _____ Forma de almacenamiento: _____
Descripción: _____

Desinfección (describa): _____

Control de plagas(describa): _____

13. Empaque, etiquetado (describa):

14. Transporte al centro de procesamiento o acopio (describa):

15. Comercialización de productos, describa (en caso necesario, utilizar el formulario de Inspección a la comercialización).

Lugar: _____ Fecha: _____ Hora: _____

Firma del procesador

Firma del evaluador de la sección de
agricultura orgánica IPSA

**FE,
FAMILIA
Y COMUNIDAD!
EN VICTORIAS!**

CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA!
Instituto de Protección y Sanidad Agropecuaria IPSA
Departamento de Inspección y Certificación Fitosanitaria DICF
Dirección: kilometro 5 ½ Carretera a Masaya, contiguo a delegación INSS
Germán Pomares - Teléfonos: 2270 9918, 2278 1320, 2278 4235.

TASA PONDERADA

		2016												2017											
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre			
TASAS PASIVAS																									
Créditos		3.15%	3.49%	3.39%	2.95%	3.09%	2.60%	3.44%	3.47%	3.47%	3.65%	3.65%	3.37%	3.30%	3.71%	3.90%	3.00%	3.00%	3.34%	2.79%	2.40%	2.67%	3.06%		
Dep. Ahorro		1.17%	1.13%	1.21%	1.19%	1.13%	1.13%	1.25%	1.35%	1.35%	1.30%	1.10%	1.12%	1.13%	1.16%	1.11%	1.08%	1.01%	1.12%	1.04%	0.94%	1.01%	1.16%		
1 Mes		0.61%	0.91%	0.70%	0.80%	0.99%	1.08%	1.06%	0.80%	1.00%	1.00%	2.71%	1.01%	1.44%	1.25%	1.11%	1.08%	1.07%	1.30%	1.31%	0.73%	0.61%	1.79%		
3 Meses		1.75%	2.30%	1.42%	1.47%	1.43%	1.62%	1.47%	1.40%	1.45%	3.69%	1.95%	2.81%	1.80%	1.85%	3.60%	1.85%	2.37%	2.00%	1.85%	2.89%	2.64%	1.98%		
6 Meses		3.05%	4.41%	4.26%	3.15%	3.45%	3.45%	4.23%	3.45%	4.30%	4.40%	3.76%	4.47%	4.40%	4.03%	4.44%	4.46%	4.46%	3.89%	4.04%	3.84%	4.91%	4.76%		
9 Meses		3.65%	4.12%	3.90%	3.85%	3.37%	3.63%	3.70%	3.33%	3.33%	3.70%	2.00%	3.41%	3.27%	3.81%	4.22%	4.31%	3.27%	4.33%	3.64%	3.29%	4.27%	3.62%		
1 Año		4.41%	4.01%	4.81%	4.21%	4.11%	4.44%	4.26%	4.76%	4.76%	6.07%	4.73%	4.17%	4.83%	5.10%	5.19%	5.19%	5.11%	4.99%	5.20%	5.04%	6.27%	5.27%		
Mix de 1 Año		5.47%	5.10%	4.20%	5.16%	4.62%	5.52%	5.84%	5.67%	5.75%	6.87%	4.97%	5.07%	5.67%	6.07%	6.37%	6.07%	6.37%	6.11%	4.99%	5.20%	6.04%	6.27%		
Débitos		3.44%	3.41%	3.40%	3.47%	3.47%	3.47%	3.72%	3.41%	3.35%	3.67%	3.66%	3.69%	3.64%	3.84%	3.84%	3.84%	3.84%	3.60%	2.40%	2.61%	2.29%	4.03%		
Dep. Ahorro		0.95%	1.10%	1.01%	1.01%	1.00%	0.94%	0.94%	0.94%	0.94%	0.94%	0.94%	0.94%	0.94%	0.94%	0.94%	0.94%	0.94%	0.94%	0.74%	0.71%	0.71%	0.95%		
1 Mes		0.00%	0.91%	0.77%	0.87%	0.75%	0.83%	0.84%	0.84%	1.00%	1.35%	1.35%	1.35%	1.35%	1.35%	1.35%	1.35%	1.35%	1.46%	1.09%	1.79%	1.73%	1.73%		
3 Meses		2.44%	2.16%	2.17%	2.29%	2.12%	2.30%	1.89%	2.32%	2.49%	3.16%	3.16%	3.16%	3.16%	3.16%	3.16%	3.16%	3.16%	3.00%	3.00%	2.03%	2.12%	3.72%		
6 Meses		3.35%	3.02%	3.35%	3.27%	3.10%	3.03%	3.57%	4.33%	3.04%	3.15%	3.19%	3.54%	3.54%	3.79%	3.94%	4.11%	3.80%	3.72%	3.44%	3.69%	3.02%	4.24%		
9 Meses		2.31%	3.81%	4.97%	3.69%	3.80%	2.69%	3.49%	2.09%	3.20%	3.46%	3.88%	3.88%	3.88%	3.74%	4.02%	3.91%	4.11%	3.39%	3.61%	3.63%	3.63%	4.71%		
1 Año		4.57%	4.71%	4.30%	4.39%	4.35%	4.35%	4.30%	4.32%	4.12%	4.00%	4.45%	4.45%	4.45%	4.72%	4.85%	4.65%	4.65%	4.67%	4.71%	4.73%	4.71%	4.00%		
Mix de 1 Año		5.21%	4.16%	5.20%	5.14%	5.04%	5.32%	5.00%	5.25%	5.19%	5.17%	5.11%	5.11%	5.11%	5.25%	5.00%	5.45%	5.31%	5.03%	4.71%	5.35%	4.51%	5.62%		
Financiado ponderado		3.87%	3.89%	3.39%	3.37%	3.47%	2.99%	3.72%	3.41%	3.43%	3.57%	3.61%	3.60%	3.60%	3.80%	4.18%	3.91%	3.79%	3.40%	2.49%	2.61%	2.29%	3.00%		
TASAS ACTIVAS IV																									
Créditos		14.09%	12.15%	10.47%	12.43%	11.00%	9.95%	11.99%	8.33%	11.41%	11.40%	9.87%	11.37%	11.62%	11.81%	12.21%	10.37%	13.23%	12.36%	12.07%	9.49%	10.92%	8.46%		
Centro Financ		13.49%	11.71%	10.03%	11.97%	12.11%	11.81%	11.11%	11.41%	11.41%	11.40%	9.87%	11.37%	11.62%	11.81%	12.03%	9.80%	13.06%	12.14%	12.27%	10.20%	10.46%	7.94%		
Agropec		9.80%	9.95%	10.40%	10.17%	10.68%	9.09%	9.71%	9.85%	9.75%	9.75%	9.75%	9.11%	8.71%	9.41%	9.50%	9.35%	9.19%	8.70%	9.04%	8.91%	8.97%	9.29%		
Comercial		14.13%	10.63%	12.30%	12.34%	11.61%	12.60%	10.69%	10.39%	11.47%	11.47%	8.64%	12.34%	13.10%	10.94%	11.67%	9.18%	14.04%	12.31%	13.66%	9.84%	11.27%	6.21%		
Debito por Com. / No. Val.		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Financ		14.31%	14.29%	14.44%	13.87%	13.84%	11.79%	11.94%	13.31%	12.81%	13.71%	14.01%	12.91%	13.41%	14.40%	14.52%	13.41%	13.84%	14.71%	14.76%	12.92%	13.84%	14.30%		
Govac		10.95%	10.95%	11.90%	11.16%	10.65%	11.71%	11.22%	11.26%	11.26%	10.79%	11.99%	11.15%	11.34%	11.01%	12.27%	10.66%	11.40%	11.17%	11.74%	11.20%	11.50%	11.24%		
Hipotecario		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Leasing		7.73%	29.01%	6.95%	9.69%	23.99%	27.97%	21.84%	25.11%	20.00%	7.35%	7.07%	6.49%	7.43%	11.21%	6.10%	6.90%	9.15%	6.00%	6.00%	6.35%	6.03%	8.44%		
Personal		13.04%	16.40%	13.60%	16.02%	14.60%	16.99%	14.45%	14.12%	14.00%	19.92%	13.02%	17.19%	14.32%	17.87%	13.61%	19.32%	16.87%	16.87%	16.87%	15.08%	17.42%	16.67%		
Sec. Pub. / No Financ.		-	8.00%	8.01%	6.49%	-	-	-	16.00%	8.47%	-	9.60%	9.32%	-	-	6.00%	8.00%	8.00%	8.00%	9.60%	8.00%	9.00%	8.16%		
Veículo		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Large Pasivo		14.75%	14.93%	17.13%	16.42%	9.43%	8.66%	17.72%	6.39%	13.23%	11.07%	10.40%	14.64%	13.61%	12.80%	14.00%	14.00%	16.46%	16.46%	11.23%	8.64%	11.99%	13.71%		
Agropec		7.97%	8.03%	9.11%	8.88%	12.75%	11.28%	16.23%	6.60%	21.38%	8.93%	9.89%	10.64%	9.43%	8.18%	8.18%	8.45%	7.29%	10.24%	11.69%	11.67%	11.38%	12.00%		
Comercial		20.26%	22.70%	22.34%	19.04%	8.00%	21.05%	22.15%	22.06%	20.47%	19.20%	19.06%	14.89%	19.50%	19.50%	17.12%	18.00%	20.49%	18.20%	17.97%	13.66%	15.04%	16.01%		
Debito por Com. / No. Val.		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Financ		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Govac		10.50%	-	11.50%	14.42%	12.11%	17.20%	12.00%	-	12.50%	10.50%	10.30%	12.64%	10.81%	11.41%	12.01%	12.50%	12.50%	11.57%	11.49%	11.44%	11.44%	11.52%		
Hipotecario		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Industria		23.06%	23.06%	22.62%	22.56%	23.50%	22.33%	23.61%	4.77%	20.27%	18.40%	22.32%	23.30%	24.60%	10.27%	21.60%	23.26%	21.90%	22.80%	22.80%	22.80%	22.81%	13.67%		
Leasing		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Personal		15.57%	15.00%	15.60%	16.52%	15.40%	16.81%	14.42%	15.00%	14.87%	14.09%	18.97%	14.12%	13.22%	14.10%	14.30%	14.26%	14.26%	13.66%	13.66%	13.62%	13.29%	13.20%		
Sec. Pub. / No Financ.		-	-	-	-	8.00%	-	8.00%	-	8.00%	8.00%	8.00%	10.00%	-	8.00%	-	-	-	8.00%	9.00%	8.00%	8.00%	8.00%		
Veículo		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		



TASAS PONDERADAS MENSUALES

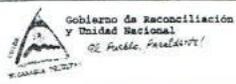
	2016												2017 ^{1/2}											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre			
Débito	8.84%	9.08%	8.83%	9.01%	9.17%	9.16%	8.64%	9.21%	9.29%	9.12%	9.43%	8.39%	7.30%	9.50%	9.07%	9.35%	9.37%	9.04%	9.05%	9.10%	8.48%			
Cuenta Plazo	8.87%	7.82%	7.83%	8.01%	8.17%	8.17%	8.33%	8.18%	8.21%	7.83%	8.25%	7.41%	7.87%	8.13%	8.03%	8.07%	8.19%	7.85%	8.23%	7.97%	7.42%			
Agriculto	9.41%	9.43%	9.39%	9.47%	9.47%	9.16%	9.45%	8.83%	9.40%	9.03%	9.33%	9.23%	9.53%	9.24%	9.43%	9.27%	8.71%	9.36%	8.10%	9.33%	9.37%			
Comercial	8.84%	7.41%	7.71%	7.82%	7.81%	7.89%	7.97%	8.04%	7.64%	7.57%	7.81%	7.29%	7.44%	7.61%	8.51%	8.43%	7.67%	7.43%	8.48%	7.45%	7.41%			
Credito por Comp. No. Val.	-	-	-	-	9.04%	9.00%	-	-	-	9.00%	8.75%	-	9.00%	9.00%	-	-	-	-	-	-	9.00%			
Financiero	10.70%	11.65%	12.01%	10.85%	11.11%	11.51%	11.44%	11.18%	10.75%	10.31%	10.48%	11.11%	9.44%	11.19%	9.44%	9.98%	11.45%	10.32%	10.54%	9.45%	11.05%			
Gosalar	10.81%	10.81%	11.31%	10.29%	10.11%	10.31%	10.92%	10.15%	10.68%	10.78%	10.46%	10.01%	10.81%	10.79%	11.08%	11.00%	10.89%	10.57%	9.74%	10.59%	10.33%			
Hipotecario	8.22%	8.31%	8.11%	8.36%	8.27%	8.37%	8.41%	7.83%	8.23%	8.38%	8.40%	8.01%	8.18%	8.18%	7.98%	8.01%	8.29%	7.97%	6.89%	8.48%	8.00%			
Industrial	7.69%	7.39%	7.14%	6.95%	7.31%	6.89%	6.88%	6.69%	7.10%	7.21%	6.89%	6.98%	7.08%	7.46%	7.28%	7.16%	7.75%	7.16%	6.93%	6.97%	6.97%			
Leasing	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Personal	9.33%	9.75%	15.84%	10.57%	13.22%	17.03%	16.58%	12.83%	23.23%	15.03%	30.57%	12.13%	14.74%	14.49%	15.03%	13.16%	15.49%	14.10%	16.94%	13.68%	13.68%			
Sect. Pub. No. Finan.	8.00%	8.00%	8.00%	8.85%	8.00%	8.00%	8.00%	15.00%	8.25%	7.87%	8.15%	8.00%	-	-	8.00%	-	8.00%	8.00%	10.48%	-	7.50%			
Vehículo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Largo Plazo	11.30%	11.79%	10.89%	11.17%	11.00%	10.49%	8.83%	11.08%	10.66%	11.31%	10.63%	9.07%	12.77%	11.95%	11.08%	10.93%	11.10%	9.43%	9.43%	9.66%	10.24%			
Agriculto	8.93%	8.98%	9.14%	9.48%	9.21%	9.41%	9.47%	9.18%	9.27%	9.16%	9.07%	9.10%	9.07%	9.32%	8.51%	7.58%	9.51%	9.33%	9.27%	9.27%	7.70%			
Comercial	9.47%	10.55%	9.24%	9.74%	8.77%	8.84%	8.87%	9.08%	9.14%	8.97%	9.00%	8.60%	9.67%	9.74%	9.43%	9.46%	8.41%	9.65%	9.03%	9.03%	8.68%			
Credito por Comp. No. Val.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Financiero	-	7.72%	8.31%	9.00%	-	8.88%	-	-	9.28%	8.66%	9.00%	-	-	-	9.00%	-	-	-	-	-	-			
Gosalar	10.81%	10.26%	10.41%	11.07%	10.47%	11.18%	10.29%	10.97%	10.83%	10.43%	11.01%	10.34%	9.78%	11.28%	10.28%	11.25%	10.99%	10.72%	10.73%	10.74%	11.08%			
Hipotecario	8.48%	8.22%	8.09%	8.68%	8.07%	8.17%	8.11%	8.09%	8.09%	8.04%	8.01%	8.19%	7.90%	7.81%	7.92%	7.88%	7.85%	9.48%	9.41%	7.92%	7.92%			
Industrial	7.60%	8.31%	7.84%	7.64%	7.94%	8.32%	8.32%	7.97%	8.23%	8.18%	6.33%	7.00%	8.41%	8.89%	8.28%	7.88%	8.87%	7.83%	7.88%	7.90%	7.10%			
Leasing	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Personal	14.32%	14.57%	14.32%	14.32%	14.89%	13.91%	14.26%	14.26%	14.26%	15.46%	15.07%	13.13%	15.92%	15.18%	15.00%	15.65%	15.34%	14.13%	13.87%	14.07%	14.73%			
Sect. Pub. No. Finan.	8.27%	7.13%	14.00%	7.43%	7.46%	8.00%	8.00%	23.68%	7.50%	4.85%	4.85%	8.37%	17.61%	-	8.95%	8.95%	9.00%	7.25%	-	8.55%	8.04%			
Vehículo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Promedio ponderado	10.04%	9.17%	8.92%	9.18%	9.46%	9.23%	8.72%	9.16%	9.29%	9.19%	9.82%	8.48%	9.43%	9.62%	9.14%	9.48%	9.42%	9.08%	9.04%	9.11%	8.48%			
Margen entre tasas Activos y Pasivos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Carteras	10.31%	8.66%	7.03%	9.48%	7.97%	7.27%	8.38%	4.71%	7.91%	6.24%	10.97%	8.14%	9.51%	5.60%	4.47%	10.16%	9.01%	9.27%	7.21%	8.38%	5.42%			
Débito	6.32%	5.47%	5.43%	5.88%	5.90%	6.18%	4.93%	5.63%	5.93%	5.40%	5.86%	4.49%	5.48%	5.29%	5.15%	5.31%	5.83%	6.54%	6.81%	4.46%	4.46%			
Concedido	6.49%	5.88%	5.53%	5.81%	6.05%	6.24%	5.01%	5.55%	5.97%	5.46%	6.31%	4.64%	5.74%	5.47%	5.23%	5.89%	6.11%	6.59%	6.55%	6.87%	4.61%			

1/ Tasas activas no incluyen tope de crédito ni subrogios.
 2/ Tasas promedios.
 Nota: A partir de Enero 2011, se incluyen únicamente tasas comerciales.

TRADEMAP LISTA DE MERCADOS PROVEEDORES

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Países Bajos Producto: 060312 Claveles "flores y capullos", cortados para ramos o adornos, frescos											
Estadísticas de Eurostat desde enero de 2012. Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE hasta enero de 2012.											
Exportadores	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014		2015	2016
	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada	Unidad	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas						
Mundo	No hay cantidades	8378	6443	7278	8866	12740	15618	12345	Toneladas	14050	12738
Colombia	No hay cantidades	3808	3235	3764	2691	5707	8498	6759	Toneladas	6698	7246
Turquía	No hay cantidades	91	119	93	51	1429	2061	1822	Toneladas	1866	2805
Kenya	No hay cantidades	1303	1040	1051	1806	2479	2914	2187	Toneladas	1967	1470
Etiopía	No hay cantidades	112	76	49	186	170	184	970	Toneladas	717	641
Marruecos	No hay cantidades	4	2	2	0	18	110	4	Toneladas	72	234
Ecuador	No hay cantidades	362	227	190	262	303	415	264	Toneladas	251	178
España	No hay cantidades	703	481	536	2476	1377	898	61	Toneladas	1788	62
Italia	No hay cantidades	749	558	545	506	561	199	12	Toneladas	77	48
Bélgica	No hay cantidades	133	92	246	158	122	34	14	Toneladas	1	25
Reino Unido	No hay cantidades	118	30	4	8	22	0	0	Toneladas	62	16
Tanzanía, República Unida	0	0	0	0	24	66	90	13	Toneladas	0	5
Estados Unidos de América	No hay cantidades	0	0	0	0	0	0	0		0	2
Categoría especial	0	0	0	0	0	0	0	0		0	1
Alemania	No hay cantidades	23	9	121	49	10	4	0	Toneladas	515	1
Portugal	No hay cantidades	669	438	343	348	275	73	0		0	1
Palestina, Estado de	No hay cantidades	89	1	68	70	7	0	0		0	0
Hungría	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
Austria	0	3	0	17	27	0	0	0		0	0
Bolivia, Estado Plurinacional de	0	1	0	3	0	0	0	0		0	0
Sri Lanka	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
China	No hay cantidades	0	0	0	0	0	0	1	Toneladas	1	0
República Checa	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
Dinamarca	0	0	0	129	84	4	0	0		0	0
República Dominicana	0	0	0	0	3	0	0	0		0	0
Estonia	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
Francia	No hay cantidades	8	16	0	0	0	0	1	Unidad	1	0
Grecia	No hay cantidades	0	0	0	0	0	0	0		0	0
Israel	No hay cantidades	17	8	30	13	4	3	3	Toneladas	0	0
Japón	0	0	0	0	0	0	0	0	Toneladas	0	0
Letonia	0	0	0	0	0	0	18	0		0	0
Lituania	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
Luxemburgo	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
México	0	0	0	0	0	9	6	0		0	0
Polonia	No hay cantidades	0	0	0	1	1	0	0		0	0
India	No hay cantidades	0	0	0	0	0	0	0		0	0
Eslovenia	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
Sudafrica	No hay cantidades	0	0	0	0	0	0	8	Toneladas	0	0
Zimbabwe	No hay cantidades	0	0	1	0	1	0	3	Toneladas	0	0
Suecia	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
Tailandia	No hay cantidades	0	0	0	0	0	0	0		0	0
Túnez	0	0	0	10	1	0	10	6	Toneladas	35	0
Egipto	No hay cantidades	183	110	76	102	172	101	216	Toneladas	0	0
Zambia	0	0	0	0	0	0	0	2	Toneladas	0	0

INSCRIPCIÓN DE LA DGI



REPÚBLICA DE NICARAGUA
MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO
DIRECCIÓN GENERAL DE INGRESOS

ESTE FORMULARIO DEBE SER UTILIZADO PARA INSCRIBIRSE EN EL REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTE, O PARA EL CAMBIO DE INFORMACIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES YA INSCRITOS EN EL MISMO

I. CAMBIO DE INFORMACION (Solo en los casos en los que se desee modificar información ya registrada en la DGI)

Cambios de Información: Datos Básicos Dirección **NÚMERO DE RUC**
 Actividad Económica Baja de Contribuyente Reposición Carnet [] [] [] [] [] [] [] [] [] []

II. DATOS BÁSICOS

Primer Apellido [] Segundo Apellido [] Nombres []

Nombre Comercial: []

Tipo de Identificación: Cédula de Identidad Número de Documento: []
 Pasaporte Lugar de Expedición: []
 Cédula Residencia

Fecha de Nacimiento: []
 Día Mes Año

Sexo: M F Nacionalidad: Nicaragüense Otra: []

III. DIRECCION

Domicilio Comercial: [] Casa No. [] Reparto/ Barrio: []
 Apartado Postal: [] Teléfono: [] Fax: [] Correo Electrónico: []

Domicilio Personal: [] Casa No. [] Reparto/ Barrio: []
 Apartado Postal: [] Teléfono: [] Fax: [] Correo Electrónico: []

[] []

IV. ACTIVIDAD ECONOMICA

A - B - M Actividad Económica Principal: []

Tipo de Actividad Económica

Pequeña Industria Ferretería Abarrotes Servicios Farmacia Artesanía Ropa-Calzado
 Joyería - Relojería Electrodomésticos Comidería-Bar Otros: [] No. Empleados []

V. INFORMACION FINANCIERA

Activo: CS [] Valor de Inventarios: CS [] Ventas Mensuales: CS []

VI. REPOSICION DE CARNET DE CONTRIBUYENTE O CERTIFICADO DE INSCRIPCION

1. Reposición de Carnet 2. Reposición de Certificado de Inscripción 3. Renovación de Carnet y Certificado

Administración de Rentas: []

Nombres y Apellidos de la Persona que realiza el Trámite: []
 Firma: [] Cédula de Identificación: [] Fecha: [] / [] / []

[] []

CODIGO: 343-272

Nº 048879

MATRICULA DE LA ALCALDÍA



ALCALDIA DE MANAGUA
DIRECCIÓN GENERAL DE RECAUDACIÓN
CONSTANCIA DE MATRICULA
COLOCAR EN LUGAR VISIBLE



PODER
CIVILIANO
ALCALDÍA
DE MANAGUA
PARA SERVIRTE MEJOR!

0000005

REGIMEN: _____ AÑO: _____

LA DIRECCION GENERAL DE RECAUDACION, HACE CONSTAR QUE EL CONTRIBUYENTE:

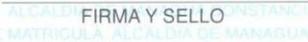
ESTA MATRICULADO CON No. RUC: _____ CTA. FISCAL: _____

DIRECCION: _____

DIST. No.: _____ ACTIVIDAD ECONOMICA: _____

R.O.C. No.: _____ FECHA: _____ F. EMISION CONSTANCIA: _____

FIRMA Y SELLO



O y M-RE.03

MUESTRA

FORMULARIOS STANDARD TEL. PBX: 2266-3347 - FAX: 2266-6581 - No. 4814003

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO

	¿Qué tan grandes son tus competidores?	¿Qué tantos competidores tienes?	¿Qué tan similares son sus productos a los tuyos?	¿Cuál parece ser su porcentaje?
1	Grandes	Muchos	Similares	0-0.5%
2	Grandes	Algunos	Similares	0-0.5%
3	Grandes	Uno	Similares	0.5%-5%
4	Grandes	Muchos	Diferentes	0.5%-5%
5	Grandes	Algunos	Diferentes	0.5%-5%
6	Grandes	Uno	Diferentes	10%-15%
7	Pequeños	Muchos	Similares	5%-10%
8	Pequeños	Algunos	Similares	10%-15%
9	Pequeños	Muchos	Diferentes	10%-15%
10	Pequeños	Algunos	Diferentes	20%-30%
11	Pequeños	Uno	Similares	30%-50%
12	Pequeños	Uno	Diferentes	40%-80%
13	Sin competencia	Sin competencia	Sin competencia	80%-100%

SALARIO MINIMO


COMISION NACIONAL DE SALARIO MINIMO

ACTA NO. 1
CNSM- 17 /02/17

En la ciudad de Managua, a las diez y cincuenta de la mañana del día diecisiete de febrero del año dos mil diecisiete, reunida la Comisión Nacional de Salario Mínimo, presidida por la Ministra del Trabajo, doctora Alba Luz Torres Briones, y después de comprobarse el quórum de la misma, el plenario ha acordado lo siguiente:

CONSIDERANDO

I. De conformidad a la política de alianza, diálogo y consenso establecida en la Constitución Política de Nicaragua y a la búsqueda constante de los actores económicos y sociales del tripartismo. Y en el marco de la Ley 625, Ley de Salario Mínimo, acordamos que los nuevos salarios mínimos entran en vigencia a partir del uno de marzo del año dos mil diecisiete hasta el veintiocho de febrero del año dos mil dieciocho, los cuales serán los siguientes:

Sector de actividad económica	Vigente a partir 1 de marzo de 2017 al 31 de agosto 2017		Vigente a partir 1 de septiembre de 2017 al 28 de febrero 2018	
	PORCENTAJE	MENSUAL	PORCENTAJE	MENSUAL
Agropecuario 1/	4.125%	3,624.32	4.125%	3,773.82
Pesca	4.125%	5,510.88	4.125%	5,738.20
Minas y Canteras	4.125%	6,509.11	4.125%	6,777.61
Industria manufacturera	4.125%	4,873.29	4.125%	5,074.31
Industrias sujeta a régimen especial 2/	8.00%	5,044.69	0.00%	5,044.69
Micro y pequeña industria artesanal de producción y turística nacional.	4.125%	3,894.13	4.125%	4,054.76
Electricidad y Agua				
Comercio, Restaurantes y Hoteles	4.125%	6,647.72	4.125%	6,921.93
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones				


Ministerio del Trabajo
 Dirección Nacional de Salario Mínimo
 www.mttrab.gob.ni

nuestro presupuesto fue 9%


2017
Por Gracia de Dios!
TIEMPOS DE VICTORIAS!

Construcción	4.125%	8,110.87	4.125%	8,445.44
Establecimientos Financieros y Seguros				
Servicios Comunes, Sociales, y Personales	4.125%	5,080.90	4.125%	5,290.48
Gobierno Central y Municipal	4.125%	4,519.69	4.125%	4,706.12

1/ Más alimentación
 2/ Vigente a del partir del 1º enero de 2017

Tres.- Los nuevos salarios mínimos serán aplicados a aquellas pensiones de jubilación que así estén consideradas en la Ley de Seguridad Social.

Cuatro.- En los casos en que el salario sea estipulado en base a normas de producción o rendimiento, las unidades de medidas deberán mantenerse sin ninguna alteración, en consecuencia debe revalorizarse cada operación o pieza como efecto del incremento en el salario mínimo.

Cinco.- Se ratifica el acuerdo salarial para las industrias de zona franca, en reajustar el salario mínimo en un 8% para el año 2017, con vigencia a partir del uno de enero del corriente año.

Seis.- Se convoca a la Comisión Nacional de Salario Mínimo para el diecisiete de agosto del año en curso, a fin de ratificar lo aquí acordado.

Igualmente queda convocada la Comisión Nacional de Salario Mínimo para la segunda semana de enero del año 2018 para discutir los salarios de ese período.

Ministerio del Trabajo:

Dra. Alba Luz Torres Briones
 Dr. José León Arguello M

J. A. A. Heliconia
 J. A. B. O. UNE-FNT
 NUESTRAS PROPUES-
 TIVAS 9%

COTIZACIONES

SUCURSAL NORTE - OFICINA CENTRAL

LIBRERIA Y DISTRIBUIDORA JARDÍN S.A
KM 4 1/2 Carretera Norte

Telf: 22648888 ext. 165 RUC: 30310000004773 FAX: 2264-8888
EMAIL: quejasysugerencias@libreriajardin.co ventas@libreriajardin.co
SITIO WEB: http://www.libreriajardin.co

PROFORMA

Cliente: C99999 PERLA CASTRO No de Oferta: 80003737

Atención: CONTADO

Dirección: KM 4 1/2 C. Norte Fax:

Teléfono: 22799793 Fecha: 21/10/2017 11:21:06a

Vendedor: JARDIN SUCURSAL NORTE

#	Codigo	Cantidad	Descripcion	Marca	P/Unit	Exento	Gravado
1	MAE KFC-12	3	ARCHIVADOR DE ACORDEON EXPANDIBLE	MAE	144.96	0.00	434.94
2	BOS 310 NDS	1	ENGRAPADORA INDUSTRIAL HASTA 130 #	BOSTITCH	858.18	0.00	858.18
3	SUPERIOR EMT440	4	ENGRAPADORA METALICA TIRA COMPLETA	SUPERIOR	79.70	0.00	318.80
4	FED FC-S1500S	4	FECHADOR MANUAL SENCILLO	FORCE	28.30	0.00	113.20
5	IRS 1442	2	FOLDER DE MANILA CARTA ECONOMICO (IRASA	140.56	0.00	281.12
6	IRS 1462	2	FOLDER DE MANILA LEGAL ECONOMICO (IRASA	170.04	0.00	340.08
7	FABER 032-R	12	LAPICERO P. MEDIA CUERPO TRANSP. Ø	FABER CASTELL	4.75	56.76	0.00
8	FABER 032-N	12	LAPICERO P. MEDIA CUERPO TRANSP. Ø	FABER CASTELL	4.75	56.76	0.00
9	FABER 032-A	12	LAPICERO P. MEDIA CUERPO TRANSP. Ø	FABER CASTELL	4.75	56.76	0.00
10	STAB 70-24	4	MARCADOR FLUORESCENTE BOSS AMARILLO	STABILO	17.40	69.60	0.00
11	MAE MT-8	4	TIJERA PARA OFICINA DE 8"	MAE	36.90	0.00	147.60
12	FED FC-024A	4	TINTA PARA SELLO AZUL 24ML	FORCE	10.81	0.00	43.24
13	STAB 888-PM	4	CORRECTOR DE LAPIZ PUNTA METALICA	STABILO	28.57	114.28	0.00
14	RAPID 10502	3	GRAPA STANDARD 26/6 (5,000und) 207	RAPID	22.07	0.00	66.21
15	MAE 56-15	4	SACAGRAPAS PLASTICO CON UÑAS DE ME	MAE	12.10	0.00	48.40
16	CONQ 3407	4	LIBRETA DE TAQUIGRAFIA STENO 60HDS	CONQUISTADOR	12.50	50.00	0.00
17	STICK 21133	12	BLOCK ADHES 3X3" NEON 100N AMARILLO	STICK	14.20	0.00	171.36
18	BM 203-2Y100HT	4	TAPE INDUSTRIAL 2" X 100MT TRANSPA	BM	51.38	0.00	205.52
19	BON 20TECO	10	PAPEL BOND # 40 8 1/2X11" NAVIGATO	NAVIGATOR	111.10	0.00	1,111.00
20	STAB 653-41	4	MARCADOR PERMANENTE PUNTA GRUESA A	STABILO	17.70	70.80	0.00
					Sub-Total	474.96	4,139.65
Tiempo de Entrega 19/1/2015					Descuento %		
Condiciones de pago					Total tras descuento	474.96	4,139.65
Esta proforma es valida por: 15 días					IVA		620.95
ESTAMOS EXENTOS DE RETENCIONES DE IR E I					Total	474.96	4,760.60
					Gran Total	C\$	5,235.56

Elaborado por: Revisado por: Autorizado por:

NOTA: El precio de los articulos quedan sujetos a reajustes automaticos en el mismo porcentaje en que se devalúe el córdoba en relación al Dollar US.A.

PROFORMA--PROFORMA--PROFORMA--PROFORMA--PROFORMA--PROFORMA--PROFORMA--PROFORMA--PROFORMA--

*Atención al cliente: Lesly Ruiz
Tel: 2264-8888 Ext: 157*

En Pedido

COTIZACION
Julissa

Usuario: HORIZONTE
 Almacén: BH

GONPER LIBRERIAS
 GONZALEZ PEREIRA S.A.
 Sucursal BELLO HORIZONTE, RUC No. J0310000001499
 Rot. Bello Horizonte lc. arriba
 22494166-22493129

Clave: C00000 Fecha Emisión: 26/09/2017 Vencimiento: 11/10/2017 Hora: 10:24:05 am Precio: P3 MIXTO
 Cliente: NICA FLOWERS RUC: Vendedor: JULISSA DEL CARMEN Cotiz. No: BH-000038859
 Dirección: Membresía: NO TIENE MEMBRESIA Desc: 0.00%

Cant	Descripción	Código	%Impuesto	%Desc	P.Unid	Exento	Gravado
4	CALCULADORA CASTO MESA C/IMPRESORA PAPEL REPRINT & CHECK	4971850099642	15.00 %	0.00 %	924.19	0.00	3,696.76
(ESTAMOS EXENTOS DE RETENCIONES DE I.R.)							

Comentario: Teléfono: 8676-5903

	Sub Total:	0.00	3,696.76
	Descuentos:	0.00	0.00
	Totales:		3,696.76
	Retención:		0.00
	Más IVA:		554.51
	Gran Total:		C\$ 4,251.27

COTIZACION ESTE DOCUMENTO NO SUSTITUYE NINGUNA FACTURA

En Pedido

COTIZACION
Julissa

Usuario: HORIZONTE
 Almacén: BH

GONPER LIBRERIAS
 GONZALEZ PEREIRA S.A.
 Sucursal BELLO HORIZONTE, RUC No. J0310000001499
 Rot. Bello Horizonte lc. arriba
 22494166-22493129

Clave: C00000 Fecha Emisión: 26/09/2017 Vencimiento: 11/10/2017 Hora: 10:24:05 am Precio: P3 MIXTO
 Cliente: NICA FLOWERS RUC: Vendedor: JULISSA DEL CARMEN Cotiz. No: BH-000038859
 Dirección: Membresía: NO TIENE MEMBRESIA Desc: 0.00%

Cant	Descripción	Código	%Impuesto	%Desc	P.Unid	Exento	Gravado
4	CALCULADORA CASTO MESA C/IMPRESORA PAPEL REPRINT & CHECK	4971850099642	15.00 %	0.00 %	924.19	0.00	3,696.76
(ESTAMOS EXENTOS DE RETENCIONES DE I.R.)							

Comentario: Teléfono: 8676-5903

	Sub Total:	0.00	3,696.76
	Descuentos:	0.00	0.00
	Totales:		3,696.76
	Retención:		0.00
	Más IVA:		554.51
	Gran Total:		C\$ 4,251.27

COTIZACION ESTE DOCUMENTO NO SUSTITUYE NINGUNA FACTURA

GONPER LIBRERIAS GONZALEZ PEREIRA S.A.							
Usuario: JARDIN		Sucursal CIUDAD JARDIN, RUC No. J0310000001499					
Almacén: CJ Calle Principal de C. Jardin, de Bancentro 14C abajo Telfs. 22494776, 22494777 * * *							
Clave: C0000 n: 26/09/2017		Vencimiento: 11/10/2017		Hora: 5:52:57 pm		pmcio: P4 MIXTO CONTADO	
Cliente: PEBLA CASTRO		EMIS:		Vendedor: MILCAR ANTON		Cotiz. No: C000058999	
Cant		Membresia: NO TIENE MEMB		Desc: 0.00%			
Descripción	Código	Impuesto	%Desc	P.Unit	Exento	Gravado	
2 ARCHIVADOR METALICO AMPO ARTURITO 3	0100210007	15.00%	0.00%	2,915.86	0.00	5,831.72	
2 ARCHIVO METALICO 4 GAVETAS SIST RODO	0100050019	15.00%	0.00%	3,514.59	0.00	7,029.18	
----- (ESTAMOS EXENTOS DE RETENCIONES DE I.R.) -----							
Comentario: Teléfono: 0000-0000					Sub Total: 0.00 12,860.90		
					Descuentos: 0.00 0.00		
					Totales: 12,860.90		
					Retención: 0.00		
					Más IVA: 1,929.14		
ASFC-02-034-04-2011					Gran Total: C\$ 14,790.04		

19/2017 *cu* *Wachu* [Oferta]



www.comtech.com.ni
Proforma #: 108041
Fecha: 28/09/2017

Pagar a nombre de:
COMTECH
Ced. Jurídica J031000000603
Telf.: (505) 22648800
Avenida Principal Altamira D Este No. 589/599. Ferreteria Sinsa, 25 vrs. arriba. Managua, Nicaragua

Empresa: **INGRID SALINAS**
Contacto: **INGRID SALINAS**
Teléfono: **87866358** Fax:
Dirección:
MANAGUA

Vendedor: **Rudy Gutierrez**
Celular: **87862380**
E-Mail: **tendencias@comtech.com.ni**
Tel.: **22648800 Ext.7751**

Código	Descripción	Cant.	Precio Un.	Total(US)	Entrega
02601-432	IMPRESORA EPSON L575 AIO - USB - 33PPM - C11CE90301 2 AÑOS DE GARANTIA	1	US\$ 333.99	US\$ 333.99	Inmediato
07001-061	MUEBLE XTECH SINGLE LEVEL CON CABETA XTF-CD629 / AM100XTK03	4	US\$ 69.99	US\$ 279.96	Inmediato
05301-540	TELEFONO PANASONIC INALAMBRIICO -NEGRO - KX-TGC350LAB 1 MESES DE GARANTIA	2	US\$ 39.00	US\$ 78.00	Inmediato

Monto en letras: Setecientos Noventa y Cinco con 74/100

Condiciones Generales		Sub-Total	691.95
Forma de pago:	Contado	IVA	103.79
Vigencia de la oferta:	8 Días	Total(US)	795.74
Garantía:	Detallada en cada producto		
Tasa de Cambio:	30.75		

COMTECH recomienda instalar licencia originales en sus Equipos
Esta cotización es válida solamente con el sello de la empresa
Nota: Somos Grandes Contribuyentes.
Estamos Exentos del 1% de la Retención en la Fuente
LOS PRECIOS Y EXITENCIAS PUEDEN VARIAR SIN PREVIO AVISO

Firma Asesor de Venta

Aceptación del Cliente
Páguese a nombre de Comtech

Nombre: _____ Ced. _____ Firma: _____ Fecha: _____

Sello:



C O T I Z A C I O N 81110659272

Nombre : CASTRO PERLA
 Dirección : BARRIO BERTHA DIAZ
 Teléfono :

Fecha Cotizacion: 13/10/2017
 Fecha Actual: 13/10/2017

Plan de Ventas: CONTADO
 Período :

Almacen : RSL RSHACK LA VIRGEN
 Vendedor : 01538005 OROZCO OBANDO LESBIA

Marca	Modelo	Descripción	Unid.	Unitario	Precio Contado		Total
					Valor Neto	Impuesto	
PANASONIC	KXTGC360LAB	TELEFONO INALAMBRICO CONTELEF	1	CS 1,477.39	CS 1,477.39	CS 221.61	CS 1,699.00
EXWAR	GAEQUOFIR31A	GA EQUIPO OFICINA R3 1A	1	CS 554.78	CS 554.78	CS 83.22	CS 638.00
					CS 2,032.17	CS 304.83	CS 2,337.00

Precio Válido por 8 días

ESTAMOS EXENTOS DE RENTENCION 2% IR
 PRECIOS EN CORDOBAS



Casa Pellas, S.A.

TEL.: 2255-4444 FAX: 2255-7980
 APARTADO No. 46 • MANAGUA, NICARAGUA

NICAFLOWER

RUC No. J031000002371



FACTURA No. 0205453

SEÑORES: NICAFLOWER
 No. RUC:

FECHA: 20/09/2017

REFERENCIA No.	CONDICIONES DE PAGO	VENDEDOR
02140626	CONTADO	SOLIS BLANCO JOSE ENT

CANT.	DESCRIPCION DEL VEHICULO	PRECIO UNIDAD	TOTAL
1	Automóvil nuevo, Marca Suzuki, Modelo VBB1C2E00069600 CIAZ GLX, tipo Sedan de lujo, 4 Puertas, Transmisión Mecánica, 5 Pasajeros, Aire Acondicionado, Ventanas, Espejos y Cierre cen- tral Eléctricos, motor 1373cc, 4 cilindros, Radio CD AM/FM, Frenos ABS, dos bolsas de aire. Combustible: Gasolina PRECIO CON IMPTOS.: U\$16,990.00 AÑO DE PRODUCCION: 2016 COLOR: BLANCO CHASIS: MASVC41S3HA210604 MOTOR: K14EN7129376 MODELO: VBB1C2E00069600 AÑO DEL MODELO: 2017	441,001.21	441,001.21
		SUMA	C\$ 441,001.21
		SUB - TOTAL	C\$ 441,001.21
		I.V.A.	C\$ 66,150.18
		GRAN TOTAL	C\$ 507,151.39

Autorizado por:

Recibí Conforme:



COTIZACION 51110671400

Nombre : BUSTILLO LOPEZ LUIS HEBERTO
 Dirección : KM 5 CARRETERA A MASAYA
 Teléfono : 505 86332099

Fecha Cotizacion: 21/10/2017
 Fecha Actual: 21/10/2017

Plan de Ventas: CONTADO
 Período : MENSUAL

Almacen : CLR LA VIRGEN CURACAO
 Vendedor : 01581105 BUSTILLO LOPEZ LUIS

Marca	Modelo	Descripción	Unid.	Unitario	Precio Contado		Total
					Valor Neto	Impuesto	
FRIGIDAIRE	FASC12C6AHLW	AA MINISPLIT 12000BTU R41AA MI	2	C\$ 9,303.47	C\$ 18,606.94	C\$ 2,791.04	C\$ 21,397.98
EXWAR	GAAIRER25A	GA AIRE R02 5A 5A	2	C\$ 2,504.34	C\$ 5,008.68	C\$ 751.30	C\$ 5,759.98
MATINSTALAA	MATFRIGIDAIR	KIT MATERIALES DE INSTALAKIT M	1	C\$ 1,551.30	C\$ 1,551.30	C\$ 232.70	C\$ 1,784.00

C\$ 25,166.92 C\$ 3,775.04 C\$ 28,941.96

Precio Válido por 8 días

ESTAMOS EXENTOS DE RENTENCION 2% IR
 PRECIOS EN CORDOBAS



Ofimuebles

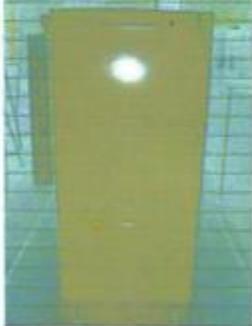
TE LO FABRICAMOS

DIRECCION: Rotonda Universitaria 100 mts al norte, 100 mts al oeste, 100 mts al norte
 Teléfonos: 2277-3810 / 2278-4505 / 2278-4807 / Fax: 2278-4804
 RUC: 0031000095005
 www.ofimuebles.com.ni

Atención 26 de Septiembre del 2011

Cliente: NICAFLOWER
 Atención: PERLA CASTRO
 Correo: perlacastro76@hotmail.com
 Tel:
 Cel: 88769288
 RUC:

COTIZACIÓN DE MOBILIARIO

CANT	CODIGO	DESCRIPCION	PREC. UNITARIO	TOTAL
01	000 002	ARCHIVO DE ARCHIVO DE 1815 COLOR BRISA 	\$ 120,00	\$ 120,00
1	000 002	ARCHIVO METALICO DE 7 CAJAS COLOR NEGRO 	\$ 110,00	\$ 110,00
			SUB-TOTAL	\$ 230,00
			I.V.A.	\$ 36,50
			TOTAL	\$ 266,50

* Para cualquier consulta o solicitud de: **OFIMUEBLES, S.A. @ GORWIN GUTIERREZ LOPEZ**
 * Pago en efectivo, CK y Transfer en Línea.
 * El transporte es gratuito solo dentro del territorio de Managua y alrededores
 este se programará 34 horas después de la formación.
 * La tasa de cambio que se utilizará será la tasa de cambio oficial al día de la facturación.
 * Cotización válida por 15 días.
 * Validar referencias a nombre de **Ofimuebles, S.A.**

Elva María Roca
Ofimuebles
Tel: 2277-3810/ 2278-4807



Cotizacion

09/29/2017

To:
PERLA CASTRO
Nicaragua

Project:
PERLA CASTRO
Nicaragua

From:
IMISA
Francisco Marengo
Carretera Norte, del Nuevo Diario
2c. abajo.
Managua
Nicaragua
2249-6970
2249-6970 115 (Contact)
7530-1372 (Cell)
francisco.marengo@imisanic.com

Job Reference Number: 10759

Item	Qty	Description	Sell	Sell Total
1	1 ea	WORK TABLE, STAINLESS STEEL TOP  Crown Brands, llc Model No. 83072 Johnson-Rose™ - Work Table, 72"W x 30"D, galvanized undershelf, legs and leg socket, 18 gauge top, plastic adjustable bullet feet, #430 stainless steel (#4 finish) , NSF	\$292.50	\$292.50
ITEM TOTAL:				\$292.50
			Merchandise	\$292.50
			Tax 15%	\$43.88
			Total	\$336.38

Acceptance: _____ Date: _____
 Printed Name: _____
 Project Grand Total: \$336.38

PERLA CASTRO

Initial: _____
 Page 1 of 1



Cotización

09/29/2017

Project:
PERLA CASTRO

From:
IMISA
Keyla Parrales
Carretera Norte, del Nuevo Diario
2c. abajo.
Managua
2249-6970 113
2249-6970 111 (Contacto)

Número de Referencia de Trabajo: 10754

100% Contra Entrega
Tipo de cambio: 30.40
Descuento aplicado por ítem
Cotización válida por 30 días
Cheque a nombre:
Importadora de Maquinaria Industrial S.A
No estamos exentos del 2%
RUC J0310000132682

Art.	Cant.	Descripción	Precio de Venta	Precio de Venta Total
1	1 ea	CUCHILLO DESLONJADOR Winco No. de Modelo KWP-90 Empaquetado 36 ea Cuchillo Deslonjador, 24.13cm (de) largo, no se mancha(n), Impresas, acero de alto carbono, mango de polipropileno, Stal, blanco, NSF (cantidad romper = 6 unidades)	\$14.24	\$14.24
TOTAL ARTÍCULOS:				\$14.24
2	1 ea	/ CUCHILLO Winco No. de Modelo KFP-82 Empaquetado 36 ea Acero Cuchillo flores 20.32cm, triple remachados, una pieza de hoja completa, acero carbono alemán, Ergo mango de POM, NSF (cantidad romper = 6 unidades)	\$15.47	\$15.47
TOTAL ARTÍCULOS:				\$15.47
3	1 ea	CUCHILLO	\$23.56	\$23.56

PERLA CASTRO

Initial: _____
Page 1 of 2



Cotización

09/29/2017

Project:
PERLA CASTRO

From:
IMISA
Keyla Pinales
Carretera Norte, del Nuevo Diario
2c. abajo.
Managua
2249-6970 113
2249-6970 111 (Contacto)

Número de Referencia de Trabajo: 10754

100% Contra Entrega
Tipo de cambio: 30.40
Descuento aplicado por ítem
Cotización válida por 30 días
Cheque a nombre:
Importadora de Maquinaria Industrial S.A
No estamos exentos del 2%
RUC J0310000132682

Art.	Cant.	Descripción	Precio de Venta	Precio de Venta Total
1	1 ea	CUCHILLO DESLONJADOR Winco No. de Modelo KWP-90 Empaquetado 36 ea Cuchillo Deslonjador, 24.13cm (de) largo, no se mancha(n), impresas, acero de alto carbono, mango de polipropileno, Stal, blanco, NSF (cantidad romper = 6 unidades)	\$14.24	\$14.24
TOTAL ARTÍCULOS:				\$14.24
2	1 ea	CUCHILLO Winco No. de Modelo KFP-82 Empaquetado 36 ea Acero Cuchillo flores 20.32cm, triple remachados, una pieza de hoja completa, tratado carbón acero alemán, Ergo mango de POM, NSF (cantidad romper = 6 unidades)	\$15.47	\$15.47
TOTAL ARTÍCULOS:				\$15.47
3	1 ea	CUCHILLO	\$23.56	\$23.56

PERLA CASTRO

Initial: _____
Page 1 of 2