

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA
FACULTAD DE CIENCIAS Y SISTEMAS**



Mon
658.11
R849
2011

**TRABAJO MONOGRÁFICO PARA OPTAR AL TÍTULO DE
INGENIERO DE SISTEMAS**

Tema: “*Estudio de pre-factibilidad para la creación de una empresa que comercialice al exterior Plátanos, Maní y Yuca*”

Autores:

- Br. Jenny Judith Rostrán Ríos. (2002-15027)
- Br. Carolina Ivette Pérez Palacios. (2002-14915)
- Br. Yader David Hernández Carballo. (2002-19041)

Tutor:

Msc. Gonzalo de Jesús Zúniga Morales.

Managua, Febrero 2011

Conclusiones:

- * Existen buenas condiciones para la exportación de plátano, maní y yuca.
- * Se cultivan en el país variedades de plátanos, maní y yuca de gran demanda y aceptación en el mercado internacional.
- * La capacidad de producción y calidad – y por ende la exportación- de los 3 productos agrícolas está en manos de los productores que tienen los recursos económicos y humanos, equipos, maquinarias, tecnologías de siembra, sistemas de riego, etc.
- * La demanda potencial es grande con respecto a lo que hoy en día se exporta de plátano, maní y yuca. El mejor mercado destino para el plátano y la yuca es Estados Unidos. En el caso del maní el mejor mercado destino es México.
- * Para que la empresa comience operaciones es necesario la creación de un Centro de Acopio para el plátano. Hacer contratos de provisión de yuca con una empresa proveedora del producto a exportar y contratos de provisión de maní sucio con maniseros que lo lleven hasta las instalaciones de empresas del ramo para el procesamiento del producto final.
- * En base a indicadores económicos, la exportación se limitaría al plátano y la yuca. Los altos costos de procesamiento hacen insostenible la comercialización del maní.
- * Desde el punto de vista socio-económico, la puesta en marcha y funcionamiento de la empresa, contribuiría al desarrollo del país con el aumento de las exportaciones (divisas).
- * El tratamiento de las aguas residuales en el Centro de Acopio en Rivas sería, primordialmente, la preocupación y quehacer ambiental de la empresa exportadora.

Agradecimiento

Agradecemos a nuestro Padre Celestial por darnos la vida y la sabiduría para cumplir una meta más que culmina el día de hoy con este trabajo, fruto de un gran esfuerzo.

A nuestras familias, por su amor, comprensión y ayuda económica en todos los momentos.

A todas las personas que de una u otra forma colaboraron para la realización de este trabajo en especial a la gerente de comercio exterior del CEG, Lic. Perla Aguilar.

Dedicatoria

Dedicada a mi madre Nubia Ríos Castillo que más que una fuente de inspiración ha sido mi ejemplo a seguir. También a mi hermana Sodelba E. Ríos y a mis hermanos Moises Y. Ríos y Kansell J. Ríos.

Jenny R. Ríos

A mi Madre Ivania Palacios, una mujer luchadora que ha formado hijas esforzadas y entregadas para alcanzar cada meta propuesta en sus vidas. A mi Esposo y a mi hijo Ivan Arceda que son la inspiración para seguir adelante en mis estudios.

Carolina S. Palacios

A mis padres David Hernández y Audelia Carballo, a mi hermana Jacqueline y a mi Cosito Lindo.

Yader D. Hernández C.

ÍNDICE DEL CONTENIDO

Contenido	Página
I. Introducción.....	1
II. Antecedentes.....	3
III. Planteamiento del Problema.....	5
IV. Objetivos.....	6
V. Justificación.....	7
VI. Marco Teórico.....	8
VII. Diseño Metodológico.....	17
1. Estudio de Mercado.....	19
1. Plátano.....	22
1.1 Presentación del producto.....	23
1.2 Clasificación aduanera.....	25
1.3. Demanda nacional.....	25
1.3.1 Precios nacionales.....	26
1.3.2 Comportamiento de las exportaciones nicaragüenses.....	27
1.3.3 Comportamiento de las exportaciones por cantidades exportadas.....	28
1.3.4 Comportamiento de las exportaciones por países importadores.....	29
1.4 Mercado internacional.....	31
1.4.1 Comportamiento de exportaciones por principales países vendedores.....	31
1.4.2 Comportamiento de las importaciones mundiales por principales países compradores.....	32
1.5 Análisis de mercados potenciales: Estados Unidos.....	34
1.5.1 Intercambio Comercial Estados Unidos- Nicaragua.....	35
1.6 Características del producto a exportar.....	36
1.7 Precios Internacionales del plátano.....	37
1.7.1 Demandas reales de plátano en el mercado de Miami.....	39
1.8 Análisis de la producción nacional.....	40
1.9 Cuadro resumen de la oferta exportable del plátano.....	52

“Estudio de pre-factibilidad para la creación de una empresa que comercialice al exterior Plátano, Maní y Yuca”

1.10 Análisis de las exportaciones nicaragüenses de plátanos frescos versus la demanda de Estados Unidos.....	54
2. Maní.....	56
2.1. Presentación del producto.....	57
2.2. Clasificación aduanera.....	57
2.3. Demanda Nacional.....	57
2.3.1. Precios nacionales.....	58
2.3.2. Comportamiento de las exportaciones nicaragüenses.	59
2.3.3. Comportamiento de las exportaciones por cantidades exportadas.....	60
2.3.4. Comportamiento de las exportaciones por países importadores.....	60
2.4. Mercado Internacional.....	62
2.4.1. Comportamiento de exportaciones por principales países vendedores	62
2.4.2. Comportamiento de las importaciones mundiales por principales países compradores.....	64
2.5. Análisis de mercados potenciales: México.....	67
2.5.1. Intercambio Comercial México- Nicaragua.....	67
2.6. Características del producto a exportar.....	68
2.7. Precios Internacionales del maní.....	70
2.7.1 Demandas reales de maní en el mercado de México.....	71
2.8. Oportunidades de exportación.....	72
2.8.1. Comportamiento de las importaciones de maní (México-Reino Unido).....	73
2.9. Análisis de la producción nacional.....	74
2.10. Cuadro resumen de la oferta exportable del maní.....	90
2.11. Análisis de las exportaciones nicaragüenses de maní versus la demanda de México.....	93
3. Yuca.....	95
3.1. Presentación del producto.....	96
3.2. Clasificación aduanera.....	97
3.3. Demanda nacional.....	98

3.3.1. Precios nacionales.....	98
3.3.2. Comportamiento de las exportaciones nicaragüense.....	99
3.3.3. Comportamiento de las exportaciones por cantidades exportadas.....	100
3.3.4. Comportamiento de las exportaciones por países importadores.....	101
3.4. Mercado Internacional.....	102
3.4.1. Comportamiento de exportaciones por principales países vendedores	102
3.4.2. Comportamiento de las importaciones mundiales por principales países compradores.....	104
3.5. Análisis de mercados potenciales: Estados Unidos.....	107
3.5.1 Intercambio Comercial Estados Unidos – Nicaragua.....	107
3.6. Características del producto a exportar.....	108
3.7. Precios internacionales de la yuca.....	113
3.7.1 Demandas reales de yuca en el mercado de Miami.....	114
3.8. Análisis de producción nacional.....	114
3.9. Cuadro resumen de la oferta exportable de la yuca.....	125
3.10. Análisis de las exportaciones nicaragüenses de yuca versus la demanda de Estados Unidos.....	127
4. Conclusiones del Estudio de Mercado.....	130
5. Estudio técnico.....	133
5.1. Introducción.....	134
5.2. Acopio de los productos agrícolas.....	134
5.3. Traslado del producto para su procesamiento.....	135
5.4. Personal necesario por producto agrícola.....	135
5.5. Materiales y equipos utilizados por producto agrícola.....	136
5.6. Transporte del producto a exportar.....	136
5.7. Centro de Acopio (CA) del plátano a exportar.....	137
5.7.1. Localización óptima.....	137
5.7.2. Proceso de adquisición:.....	140
5.7.3. Materiales.....	143
5.7.4. Definición del tamaño óptimo del Centro de Acopio (CA).....	143
5.8. Plano de distribución de planta de la empresa exportadora (CA).....	145

5.8.1. Diagrama de flujos de procesos de las áreas del CA.....	148
5.9. Normas generales de higiene y seguridad.....	151
5.10. Localización de las oficinas centrales.....	152
5.11. Micro localización:.....	155
5.12. Canal de Distribución de los productos agrícolas.....	157
5.13 Tipo de comercialización internacional a utilizar para la exportación de plátano, maní y yuca (INCOTERM).....	158
5.14 Estrategias de Marketing para la exportación de los productos agrícolas.....	159
5.15 Barreras arancelarias y no arancelarias de los productos a exportar....	160
5.16 Constitución Legal de la empresa exportadora.....	162
5.17 Requisitos Trámites Básicos para Inicio de Operaciones.....	162
5.18 Organigrama propuesto de la empresa exportadora.....	162
5.19 Diagrama de recorrido del traslado de producto hacia su destino final.	164
6. Estudio Financiero.....	165
6.1 Introducción.....	166
6.2. Determinación de los ingresos.....	166
6.2.1 Ingreso por venta de los rubros.....	166
6.2.2. Otros ingresos.....	167
6.3. Determinación de los costos de producción.....	167
6.3.1. Costos de materia prima.....	168
6.3.2. Costos de Transporte o de envío.....	169
6.3.3. Costos de mano de obra directa.....	170
6.3.4. Costos de mano de obra indirecta.....	171
6.4. Determinación de los costos administrativos.....	172
6.4.1. Costos de los servicios básicos.....	173
6.4.2. Costos de mantenimiento.....	174
6.4.3. Gastos de papelería.....	175
6.5. Depreciación.....	176
6.5.1. Amortización.....	176
6.6. Inversiones.....	177

6.6.1. Inversión fija (Obras civiles).....	177
6.6.2. Inversión en equipos para administración.....	181
6.6.3. Inversión en equipos de producción.....	181
6.6.4. Inversión en equipo de producción no depreciable.....	181
6.6.5. Inversiones diferidas o intangibles.....	182
6.6.6. Inversión en capital de trabajo.....	182
6.7. Punto de equilibrio.....	183
6.8. Flujo neto de efectivo.....	183
6.8.1. Indicadores financieros.....	189
6.8.2. Análisis de sensibilidad.....	190
7. Aspecto socioeconómico.....	194
7.1. Introducción.....	195
7.2. Identificación de los costos.....	198
7.2.1. Costos directos.....	198
7.2.2. Costos indirectos.....	199
7.3. Identificación de los ingresos.....	204
7.4. Determinación de los precios sombra.....	205
7.5. Depreciaciones.....	208
7.6. Inversión total.....	209
7.7. Capital de trabajo.....	209
7.8. Flujo neto económico.....	210
7.9. Análisis cualitativo.....	213
7.10. Análisis global.....	214
8. Aspecto ambiental.....	215
8.1. Introducción.....	216
8.2. Normas técnicas para el manejo de las aguas.....	216
8.3. Diseño de las pilas para el tratamiento de las aguas.....	216
8.4. Funcionamiento de las pilas para el tratamiento de las aguas.....	219
Conclusiones.....	220
Recomendaciones.....	221
Referencias bibliográficas.....	222

Anexos.....	223
Galería de fotos	

I. INTRODUCCIÓN

Nicaragua es un país con gran potencial productivo y exportador. Las exportaciones del país han crecido en los últimos años debido a la apertura de nuevos mercados o destinos. La firma de Tratados de Libre Comercio (TLC's), Acuerdos Bilaterales o Multilaterales ha incentivado el fortalecimiento y diferenciación de la oferta exportable del país. Ya no se exporta solamente productos tradicionales (como el maní) sino se han incluido otros productos no tradicionales (como el plátano y la yuca).

El destino de las exportaciones de maní es principalmente México y Europa manejadas por 2 grandes empresas maniseras del occidente del país que controlan la producción por medio de contratos a largo plazo. En el caso de las exportaciones de plátano se dirigen hacia el mercado centroamericano y estadounidense con la diferencia que son más numerosas las empresas agro-exportadoras en la región del pacífico. Las exportaciones de yuca son hacia países del área centroamericana, Estados Unidos y Puerto Rico por algunas empresas ubicadas en la región II y la RAAN.

Después de la entrada en vigencia del TLC entre Centroamericana, República Dominicana y EEUU (DR-CAFTA), las exportaciones hacia el país del norte, han aumentado en los últimos 4 años a razón de un 14.27% anual¹. Esto ha permitido un desarrollo muy significativo a la economía nacional; principalmente en un aumento de las exportaciones, en términos monetarios, de productos no tradicionales. Los agricultores han implementado técnicas para la mejora de sus productos, debido a las exigencias de la demanda del mercado importador. El plátano, el maní y la yuca están en la lista de productos admisibles y de gran demanda a los Estados Unidos, pero, también a otros mercados como el centroamericano y europeo.

1. DR-CAFTA- 2009, Dirección General de Servicios Aduaneros (DGA). dga.gob.ni

El presente estudio de pre-factibilidad pretende la creación de una empresa exportadora de plátanos, maní y yuca de productores a nivel nacional. La empresa seleccionará a sus proveedores según la capacidad de producción, variedad y calidad de sus productos.

Se determinará la demanda potencial, características del producto a exportar y los posibles compradores en el mercado internacional. Se establecerán los procesos de selección, empaque, etiquetado y embalaje de los productos, transporte y sus canales de distribución. Luego, se proyectará la rentabilidad de la exportación de los 3 productos agrícolas y finalmente su impacto en el entorno ambiental y social en que se desarrollará.

II. ANTECEDENTES

Las exportaciones de Nicaragua al resto de países de Centroamérica, incluido Belice y Panamá, aumentaron en un 21 por ciento durante el 2008, con relación al 2007, informó una fuente oficial. Un informe preliminar del gubernamental Centro de Trámites de las Exportaciones (CETREX) indica que las exportaciones durante el 2008 al resto de países centroamericanos alcanzaron los 456,6 millones de dólares, superior a los 377,7 millones de dólares registrados en el 2007. Las exportaciones hacia Costa Rica, Belice, El Salvador, Guatemala, Honduras y Panamá representan el 36,31 por ciento del total, que sumaron 1,243,2 millones de dólares durante el 2008, una de las mayores en las tres últimas décadas².

El cultivo del plátano en Nicaragua ha venido teniendo un auge desde 1998, El mercado de plátanos y bananas frescas en los Estados Unidos significó un volumen de negocio durante el 2007 de más de US\$ 1,200 Mil, de los cuales cerca de US\$ 658 Mil, (54.78%) fueron importados desde los países DR-CAFTA.

El incremento en volumen también se ha visto acompañado de un aumento en el precio del producto en la mayoría de los destinos de exportación, sobresaliendo el precio pagado por el mercado norteamericano muy por encima de los precios alcanzados en los mercados regionales. Nicaragua cuenta con un total de 4,300 hectáreas dedicadas al cultivo. La producción del plátano, se concentra en los departamentos de Chinandega, León, Managua y Rivas- todos de la zona del Pacífico- el 78% del total de productores se concentra en Rivas. La Comisión Nacional de Promoción de Exportaciones (CNPE), brindó un informe según el cual entre enero y agosto de 2009, Nicaragua exportó 6.5 millones de kilogramos de plátanos verdes, lo que ha dejado ingresos por más de 709 mil dólares³.

2. Informe preliminar 2009. Centro de Trámites de las Exportaciones (CETREX)

3. Comisión Nacional de Promoción de Exportaciones - MIFIC/CNPE. www.mific.gob.ni/dirFomento/CNPE

El Maní en su gran mayoría es sembrado en León y Chinandega. En la actualidad se exporta a diferentes países de la comunidad Europea, USA, Canadá, México, Colombia, Venezuela y todos los países de la región centroamericana. La industria del maní genera cerca de 2 mil empleos directos y 6,000 puestos de trabajo en las labores agrícolas. Nicaragua es el único país centroamericano productor de maní. Según resultados preliminares anunciados por el Ministerio Agropecuario y Forestal de Nicaragua (MAGFOR), para el ciclo agrícola 2008/2009, la producción nacional de Maní alcanzó un volumen de 2.41 millones de quintales (53.22 miles de toneladas), en una superficie en producción de 40,336 manzanas sembradas de maní, que representa una ejecución del 94.7% con relación a la meta fijada en 42,640 manzanas. Se observa un crecimiento del área de siembra del 8.2%, equivalente a 3,062 manzanas sembradas adicionales al ciclo anterior. Obteniéndose un rendimiento promedio de 59.8 quintales por manzana.

Los productores están incentivados, por la tendencia creciente de los precios internacionales. El maní es el producto agrícola de exportación que mejor desempeño ha mostrado en los últimos diez años, para la obtención de divisas, debido al acceso de mercado que se obtuvo con el TLC-México y CAFTA, proyectándose buenas perspectivas en el comercio Internacional⁴.

Las exportaciones de yuca crecieron en un 43.7%, según la DGA, en el 2009. Los mercados potenciales son Estados Unidos: Miami y Nueva York, América Latina, Europa, El Caribe, China, Asia, Nigeria y África. Actualmente se están produciendo 17,142 hectáreas de yuca a nivel nacional, el 70% se siembra en el municipio de Nueva Guinea y el 30% restante en las zonas de Masaya y León. En estas zonas, se obtienen rendimientos promedios de 6.82 TM/ha, cifras por debajo de lo ideal, de las cuales se exportan unas 4 mil toneladas⁵.

4 Comisión Nacional de Promoción de Exportaciones - MIFIC/CNPE. www.mific.gob.ni/dirFomento/CNPE

5 Guía práctica para la exportación a EE.UU Yuca. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. IICA en Nicaragua.

III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El monopolio de algunas empresas exportadoras, el difícil acceso a créditos agropecuarios, el uso de técnicas tradicionales de producción, el poco cooperativismo de los productores, el desconocimiento de las normas internacionales de calidad y de logística de exportación, la limitada experiencia comercial y administrativa, el desinterés agro-exportador conllevan a que no todos los productores nicaragüenses de plátanos, maní y yuca tengan la posibilidad de exportar o comercializar sus productos en el mercado internacional; motivando la comercialización nacional o venta de sus productos agrícolas a intermediarios o exportadores directos.

A pesar de que existen asociaciones que agrupan a productores, tales como APENN (Asociación de Productores y Exportadores de productos No tradicionales de Nicaragua) o ciertas cooperativas promovidas por ONG's, existen otros productores agrícolas que no son parte ni tienen acceso a ellos. El difícil acceso es debido a que las actuales empresas agro-exportadoras están constituidas por productores o renombradas familias de productores que benefician solo a sus miembros o socios.

También existe un grupo de productores que podría exportar, pero, que comercializa sus productos en el mercado interno o centros de acopio, donde ven reducidas sus ganancias u obtienen pagos no muy razonables, lo que no promueve la competitividad ni incentiva la producción de cara al comercio exterior. Esta forma de comercialización les resulta más fácil ya que no se preocupan por mantener estándares de calidad en sus siembras y cultivos ni en el manejo post-cosecha de sus productos agrícolas. Lo que se convierte en una oportunidad para la empresa exportadora que se quiere crear, ya que se incentivaría a este grupo de productores con pagos más atractivos a cambio de productos agrícolas con calidad de exportación lo que al final aumentaría las exportaciones del país.

IV. OBJETIVOS

Objetivo General:

- Realizar un estudio de pre-factibilidad para la creación de una empresa que comercialice al exterior plátanos, maní y yuca.

Objetivos Específicos:

- Analizar el entorno de los productores de plátanos, maní y yuca para conocer la variedad, calidad y capacidad de producción.
- Determinar la demanda potencial y las características de los productos a exportar en el mercado internacional de plátanos, maní y yuca.
- Determinar la localización de la empresa y los requisitos técnicos para su funcionamiento.
- Realizar un estudio financiero para cuantificar los ingresos y egresos de la empresa a través de los indicadores financieros.
- Realizar un estudio socio_ económico de la puesta en marcha de la empresa.
- Determinar las medidas de mitigación de los desechos.

V. JUSTIFICACIÓN

Otra forma de hacer patria es aumentando el nivel de las exportaciones del país. Un mayor aumento de las exportaciones anuales significa mayores divisas, mayor inversión y una reducción en la balanza comercial. El incremento de las exportaciones de productos agrícolas se traduce en mayores áreas de siembras, diversificación de los productos, obtención de mejores rendimientos, mayor utilización de materia prima, insumos, equipos, maquinarias, materiales y todo lo relacionado a la producción.

La puesta en marcha de la empresa exportadora de plátano, maní y yuca, incrementará las exportaciones del país (en términos monetarios y de cantidad). Del mismo modo, esto beneficiará el ingreso de la red de productores/proveedores directos, empresas de transporte terrestre y marítimo, de la empresa misma, pero sobretodo, colocará a Nicaragua en el plano internacional de países exportadores de estos tres productos agrícolas.

La compra de los productos agrícolas, por parte de la empresa exportadora, incentivará la tecnificación de los cultivos y promoverá mejoras a lo largo de la cadena de producción con el fin de obtener productos de calidad para su exportación. Una mejora en el pago por producto agrícola pretende impulsar el mejoramiento productivo, pero también, la competitividad de los productores.

VI. MARCO TEÓRICO

Para la creación de una empresa que exporte productos agrícolas como el plátano, maní y yuca es importante recordar, que independientemente de la profundidad con que se realice el estudio, se distinguen dos grandes etapas: la formulación y evaluación del proyecto: “la primera etapa tiene por objetivo definir todas las características que tenga algún efecto en el flujo de ingreso y egreso monetario del proyecto y calcular su magnitud yla segunda etapa busca determinar la rentabilidad de la inversión de proyecto” (Preparación y Evaluación de Proyecto IV Edición, Sapag Chain).

Para la puesta en marcha de la empresa comercializadora se deben tener en cuenta los flujos de cajas proyectados, que sirvan de base, para la evaluación de la misma -exportación de productos seleccionados- como cita Sapag Chain: “...en la etapa de formulación y preparación se reconocen, a su vez dos sub etapas una que se caracteriza por recopilar información, y la otra que se encarga de sistematizar, en términos monetarios, la información disponible” (Preparación y Evaluación de Proyecto IV Edición, Sapag Chain, pág. 8). “En la etapa de evaluación, es posible distinguir tres sub-etapas: la medición de la rentabilidad del proyecto, el análisis de las variables cualitativas y la sensibilidad del proyecto” (Preparación y Evaluación de Proyecto IV Edición, Sapag Chain, pág. 9). Según como lo define Sapag Chain las tres sub-etapas que se deben realizar para la evaluación de empresa son importantes para medir la rentabilidad y sensibilidad del proyecto.

Para conocer todas las alternativas que se tienen y las condiciones que rodean al proyecto, se debe contar con un estudio de pre factibilidad. Según Sempier Hernández: “El Estudio de pre factibilidad tiene el objetivo de contar con información sobre el proyecto a realizar, mostrando las alternativas que se tienen y las condiciones que rodean al proyecto”. Para realizar un análisis completo del proyecto se requiere por lo menos de la realización de cuatro estudios complementarios que son en los que se divide el estudio de pre factibilidad. Estos estudios son etapas con las cuales debe de contar el proyecto para obtener mejores resultados en la investigación: el estudio de mercado, el estudio técnico, estudio financiero y el estudio socioeconómico según como cita

Sempier Hernández “estudio de pre factibilidad se compone de: 1.Estudio de mercado 2.Estudio técnico 3.Estudio financiero y 4. Estudio socio económico”.

Estudio de Mercado

La primera parte del estudio formal es el estudio de mercado. Siendo este uno de los factores más críticos para el proyecto, ya que si no se tiene el mercado necesario no se podría distribuir los productos en el exterior y no se llevaría a cabo la creación de la empresa exportadora. Este debe contar con estas características, como cita Sapag Chain: “el estudio de mercado consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (Preparación y Evaluación de Proyecto).

Este estudio es fundamental para reafirmar la creación de la empresa que comercialice en el exterior los productos agrícolas, ya que se determinarán las cantidades demandadas, precios y calidad de los productos, como lo define Sapag Chain: “debe de contemplarse dentro de un estudio de mercado los siguientes aspectos: el mercado consumidor, la oferta de mercado, comercialización del producto, los proveedores, la disponibilidad y precio” (Preparación y Evaluación de Proyecto).

Por otro lado, el estudio de mercado nos dará una visión amplia del mercado internacional del plátano, maní y yuca para determinar las características y especificaciones que está demandando el cliente potencial o país importador. El estudio de mercado “va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a lo que desea comprar el cliente” (Preparación y Evaluación de Proyecto).

También con el estudio de mercado se podrá conocer el precio óptimo de los productos y los canales de distribución de los mismos, ya que este: “Estudio de mercado deberá exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento y los precios óptimos de cada producto” (Preparación y Evaluación de Proyecto).

Metodológicamente y de acuerdo con lo que menciona Sapag Chain (Preparación y Evaluación de Proyecto) deben de contemplarse dentro del estudio los siguientes aspectos: el mercado consumidor, la oferta de mercado, la comercialización del producto, los proveedores y los precios de los productos.

Estudio Técnico

El estudio técnico, que se llevará a cabo, para la creación de la empresa exportadora, tendrá por objeto determinar los aspectos técnicos para el buen funcionamiento de la misma, así como proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y los costos de operación.

De este estudio, podrá obtenerse la información de las necesidades del capital de trabajo, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como la posterior operación de la empresa. Según un informe, en este estudio "...la optimización puede contemplar diferentes acciones tales como: Inversiones, Medidas de gestión, Reformas institucionales adicionales, Redistribución de personal, Contratación de personal, Recursos" (Infoproject1, CEPAL). Esta parte del estudio, Gabriel Baca Urbina:"puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la empresa, determinación de la localización óptima de la empresa, ingeniería del proyecto y aspecto legal del mismo" (Evaluación de Proyecto, IV Edición).

- * Para la determinación del tamaño óptimo, se tomará en cuenta; el tamaño de la demanda y la cantidad de productos que se podrá almacenar.
- * Acerca de la determinación de la localización óptima, se analizarán factores cualitativos; tales como la disponibilidad del producto para la empresa y la cercanía a las instituciones bancarias y gubernamentales.
- * En lo referente a la ingeniería de proyecto, se realizará el proceso de preparación de los productos a exportar, descripción del proceso y se determinarán los equipos necesarios para ello.

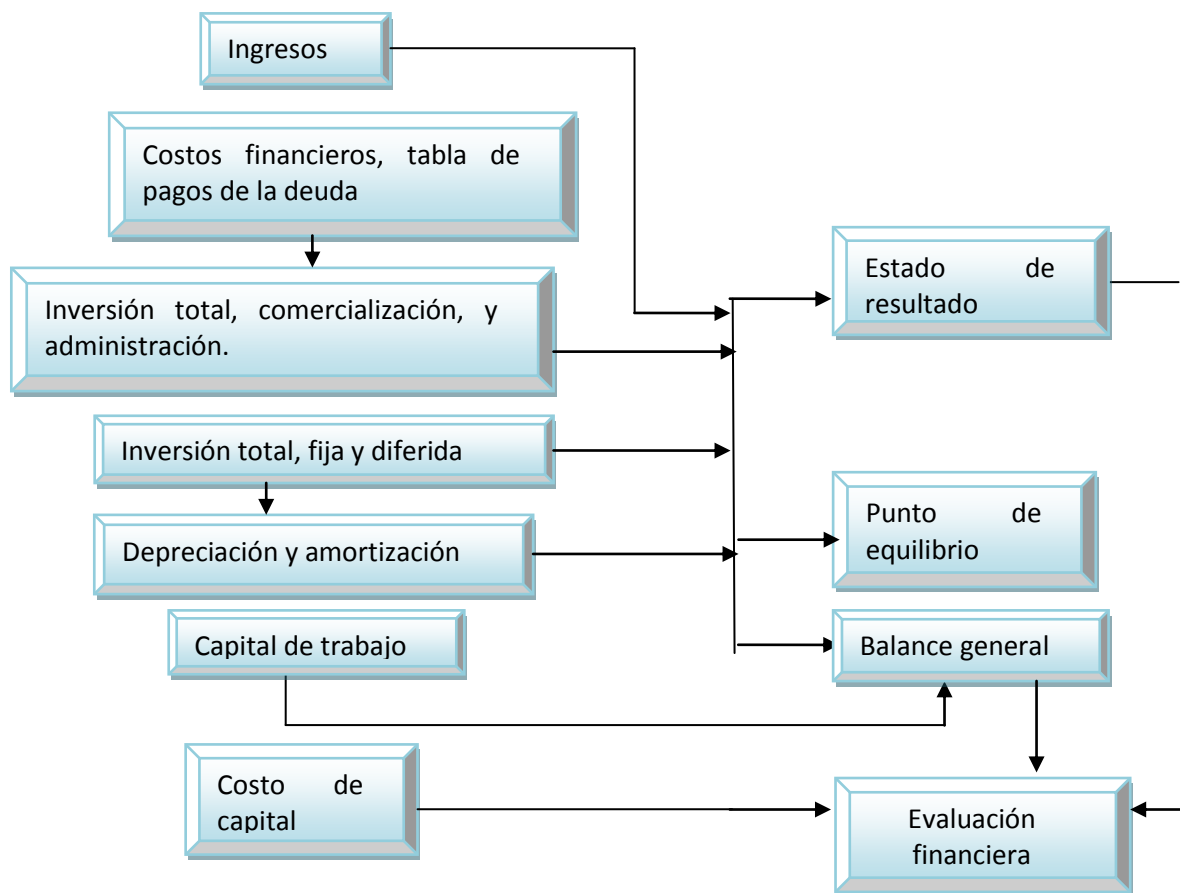
Estudio Financiero

En el Estudio Financiero, la elaboración de cuadros analíticos y datos adicionales nos permiten "Analizar la viabilidad financiera de un proyecto. Se sistematiza la información monetaria de los estudios precedentes y se analiza su financiamiento con lo cual se está en condiciones de efectuar su evaluación" (Gabriel Baca Urbina. Fundamentos de Ingeniería Económica).

La sistematización de la información financiera de la empresa, consistirá en identificar y ordenar todos los ítems de inversión, costos e ingresos que puedan producirse de los estudios previos ya que los. "COMPONENTES son: Construcción del flujo de fondos, Financiamiento y Evaluación. Asignación en el tiempo de los ingresos, costos e inversiones del proyecto" (Gabriel Baca Urbina. Fundamentos de Ingeniería Económica).

En el estudio financiero, se determinará el monto total de las "Inversiones previas a la puesta en marcha del proyecto y Inversiones durante la operación (Gabriel Baca Urbina. Fundamentos de Ingeniería Económica).

La estructura del análisis financiero ayuda a la toma de decisiones como se muestra en la siguiente figura. (Gabriel Baca Urbina. Fundamentos de Ingeniería Económica).



Esta estructura será empleada en la creación de la empresa exportadora, ya que se obtendrá un análisis financiero completo, que permitirá a su vez realizar una evaluación financiera de la empresa que contribuirá finalmente a la toma de decisiones.

La evaluación de la empresa se realizará sobre la estimación del flujo de caja que muestre los costos y beneficios. El resultado de la evaluación se medirá a través de distintos criterios, que más que operativos, son complementarios entre si; estos criterios son: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Razón Beneficio/Costo ($R^{b/c}$), entre otros. Así mismo se presentará un análisis de sensibilidad para analizar aquellas variables que son más relevantes en el comportamiento del flujo de caja.

En el Estudio Financiero se hace mención a conceptos tales como:

Valor de Salvamento: Al adquirir un equipo este tiene un costo inicial, el cual va disminuyendo a través de los años, pero en ocasiones es posible vender ese equipo en cierta cantidad al final de su vida útil; a este se le llama valor de salvamento y se contabiliza como un ingreso en el flujo de efectivo.

Capital de Trabajo: Es la inversión que asegura el financiamiento de todos los recursos de operación que se consumen en un ciclo productivo. Inicialmente constituyen una parte de las inversiones a largo plazo ya que forma parte del monto permanente de los activos corrientes, necesarios para asegurar la operación del proyecto. Pero, dicha inversión se recupera cuando el proyecto deja de operar.

Evaluación Financiera: La rentabilidad financiera del proyecto se determina a través de métodos que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo, esta evaluación se realiza a partir del flujo de caja. Esta evaluación se hará con la técnica del **Valor Actual Neto (VAN)**, el cual consiste en traer los flujos de efectivo del futuro al presente, usando una tasa equivalente al costo de capital.

Otra herramienta de evaluación, es la **Tasa Interna de Retorno (TIR)**, es evidente que para aceptar un proyecto los ingresos generados por el mismo deberán ser mayores que los desembolsos, lo cual dará por resultado un VAN mayor que cero, de tal manera que se necesitará conocer cual es la rentabilidad a través de la TIR. Además se incorporará la técnica de evaluación de **Razón Beneficio/Costo ($R^{B/C}$)**, la cual se utiliza para tener un índice de relación que obtenga el beneficio por el costo de invertir en un proyecto.

Para valorar el flujo de efectivo ante situaciones cambiantes, como por ejemplo, el aumento de los costos de producción, variación en los ingresos de las ventas y el aumento o disminución en el monto de un préstamo (Financiamiento), se realizará un **Análisis de Sensibilidad** el cual dará a conocer la vulnerabilidad del proyecto.

Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR). La TMAR es la tasa que se utiliza para determinar el valor actual de los flujos futuros que genera un proyecto y representa la rentabilidad que se debe exigir al inversionista por renunciar a un uso alternativo de los recursos en proyectos de riesgos similares.

La TMAR es la base de comparación y de cálculos de la Evaluación Financiera de la inversión de la empresa, si no se obtiene una tasa de rentabilidad cuando menos igual a la tasa mínima atractiva de retorno la inversión se rechaza.

Para la determinación de la tasa mínima atractiva de retorno se consideró el porcentaje de premio al riesgo y la tasa de inflación (tasa riesgo-país).

Premio al Riesgo: el riesgo de un proyecto se define como la variabilidad de los flujos de caja reales respecto a los estimados, como el premio es por arriesgar a mayor riesgo merece mayor ganancia.

Tasa de Inflación: es el incremento sostenido en el nivel general de precios en una economía.

La TMAR se calculó de la siguiente manera:

$TMAR = \% \text{ de premio al Riesgo} + \text{Tasa de inflación}$

Análisis del Flujo Neto de Efectivo del Proyecto.

El análisis del flujo neto de efectivo, se hará a través de los indicadores financieros: Valor Presente Neto, Tasa Interna de Retorno y la Relación Beneficio/Costo.

Definición del Valor Presente Neto (VAN), Tasa Interna de Rendimiento (TIR), Razón Beneficio/Costo (R (B/C)).

El VAN mide el valor actual de los flujos netos de caja proyectados a una tasa de descuento (TMAR). Para calcular se trasladan los flujos de los años futuros al tiempo presente y se resta la inversión inicial.

$$VAN = (-I) + \frac{FNE_1}{(1 + TMAR)^1} + \frac{FNE_2}{(1 + TMAR)^2} + \dots + \frac{FNE_n}{(1 + TMAR)^n}$$

I = inversión inicial.

FNE_1 = Flujo de caja del año I

n = numero de años proyectados.

El criterio de decisión es el siguiente:

Si $VAN > 0$ se acepta la inversión.

Si $VAN = 0$ se es indiferente.

Si $VAN < 0$ se rechaza la inversión.

La TIR es la tasa de descuento que hace que la suma de los flujos descontados sea igual a la inversión inicial.

$$I = \frac{FNE_1}{(1 + i^*)^1} + \frac{FNE_2}{(1 + i^*)^2} + \dots + \frac{FNE_n}{(1 + i^*)^n}$$

Donde $i^* = TIR$

El criterio de decisión es el siguiente:

Si $TIR > TMAR$ se acepta la inversión.

Si $TIR = TMAR$ se es indiferente.

Si $TIR < TMAR$ se rechaza la inversión.

La $R^{B/C}$ compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor de los costos, incluidos la inversión. Para calcular se traen a valor presente los valores de ingresos y costos de los flujos para un periodo determinado.

Razón Beneficio / Costo = VAN ingresos / VAN Costos.

El criterio de decisión es el siguiente:

Si $R^{B/C} > 1$ se acepta la inversión.

Si $R^{B/C} = 1$ se es indiferente.

Si $R^{B/C} < 1$ se rechaza la inversión.

VII. Diseño Metodológico

El Diseño Metodológico es la idea de cómo se llevará a cabo este proyecto: Así para el **Estudio de Mercado** se aplicarán **Encuestas** y **Entrevistas** (fuentes primarias) que en conjunto con la **Investigación Documental** (fuentes secundarias) nos permitirán conocer la calidad, variedad y capacidad de producción de los productores de plátano, maní y yuca. Cuáles son los canales de distribución, precios del mercado y por supuesto la demanda de estos en el mercado internacional.

Las instituciones o entidades como INTA (Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria, IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura), CEI (Centro de Exportaciones e Inversiones-Nicaragua) -que se consideran como fuentes secundarias- ya han sido visitadas y se han encontrados estudios similares que nos ayudan al análisis y desarrollo del presente proyecto exportador.

La segunda parte del Estudio es el **Estudio Técnico**, en el cual se determinará la localización de la empresa exportadora, así como también, la capacidad instalada; lo que nos permitirá conocer la cantidad de mano de obra (personal), equipos y maquinaria necesaria para llevar el cabo el proceso exportador. También se determinarán los costos administrativos, de adquisición, procesamiento y transporte de los productos agrícolas. Después se procederá a realizar la distribución de planta, considerando los procesos de operación (Diagramas de Procesos) de la maquinaria y mano de obra que se va ocupar y por último se determinará el Organigrama de la empresa.

La tercera parte del estudio es el **Estudio Financiero**, el cual tiene por objetivo analizar la información que tiene el Estudio de Mercado y el Estudio Técnico; a fin de cuantificar la inversión. De esta manera se definen los costos en que incurrirá la empresa, los montos de la inversión, los ingresos que generará la venta de los productos agrícolas a exportar, entre otros factores.

El Estudio Financiero también permite la selección de las mejores alternativas para invertir.

Es preciso mencionar que se contempla la valoración de la parte ambiental que puede ocasionar el proyecto durante su proceso exportador. Para esta valoración se acudirá a fuentes secundarias. Las **medidas de mitigación** que se identificarán es lo relacionado al funcionamiento de la empresa. Se toma en consideración, principalmente, el vertido del agua.

También se incluirá el **Aspecto Socioeconómico** del proyecto, principalmente, en el impacto que provocaría la puesta en marcha de la empresa exportadora en la sociedad nicaragüense.



Estudio de Mercado

1. Estudio de Mercado

El plátano, el maní y la yuca son productos agrícolas que se diferencian entre sí por sus especificaciones técnicas, fechas recomendadas para sus siembras, variedades, suelos, climas, zonas de producción, duración del ciclo vegetativo, tipos de productores y estándares de calidad requeridos. Debido a que se trata de tres productos agrícolas muy diferentes, se realizó un Estudio de Mercado en tres etapas. Una etapa por cada producto de exportación (plátano, maní y yuca).

Las tres etapas o estudios de mercados individuales presentan en su mayoría la siguiente forma:

Presentación del producto: definición, componentes, calidad, durabilidad, variedades, tipos de productores, zonas de producción. Esta parte del estudio de mercado contempla la información necesaria para conocer las características más relevantes de cada uno (no necesariamente las comporten los tres).

Clasificación aduanera: código o partida arancelaria para identificar los productos con un nivel de especificación de hasta 8 ó 10 dígitos. Estos códigos son de acuerdo a la clasificación del Sistema Arancelario Centroamericano (SAC). Son utilizados en el llenado de los formatos de exportación para la identificación y diferenciación de los productos a nivel internacional.

Demanda Nacional: en esta parte del estudio de mercado se expone el consumo del producto agrícola a nivel nacional, el comportamiento de los precios durante el 2009 y el 1er. semestre de 2010. También se expone el comportamiento de las exportaciones durante el periodo 2005-2009 en términos monetarios y de cantidad y los principales países destinos de dichas exportaciones en el mismo periodo.

Mercado Internacional: en esta parte se evalúa el comportamiento de las exportaciones del producto en un contexto internacional; identificando los

principales países vendedores al igual que los principales países importadores en el mundo. Esto con el fin de que la empresa visualice el marco competitivo en un nivel más globalizado.

Análisis de mercados potenciales: luego de haber estudiado los principales destinos de los productos agrícolas y conociendo posteriormente países con gran demanda de los mismos, se considera en esta parte a aquel país que destaca como propicio para las exportaciones de la empresa en creación. Se analiza también el intercambio comercial de los dos países (Nicaragua y el mercado potencial) y finalmente toda la información relevante en cuanto a las características del producto a exportar (estándares de calidad, estándares de empaque, transporte y precios de compra) y demandas reales.

Análisis de la producción nacional: en esta parte del Estudio de Mercado, se realizaron encuestas a los productores de plátanos, maní y yuca en sus respectivas regiones para conocer principalmente el entorno, variedad y calidad de sus productos y la capacidad de producción para el aseguramiento del producto a exportar. Las encuestas reflejan información pertinente al producto agrícola como tal. Algunas preguntas tuvieron que adecuarse al producto, ya que como se expuso anteriormente, son tres productos muy diferentes. Por ejemplo, en las encuestas a los productores de yuca se les preguntó por el proceso de parafina. A los otros productores no, porque este proceso es propio de la yuca no así del plátano y del maní. Al final de esta sección se presenta un **Cuadro Resumen de la Oferta Exportable** por producto agrícola.

Análisis oferta exportable versus demanda mercado potencial: se presenta un detalle del porcentaje proyectado de participación de las exportaciones nicaragüenses (en base al promedio de crecimiento de los últimos años) con respecto a las importaciones del producto agrícola en el mercado potencial.

Conclusiones: son las ideas finales que resumen los estudios individuales de los tres productos agrícolas.



1.1 Presentación del producto.

Definición

El plátano (*Musa Paradisiaca*) es una fruta tropical perteneciente de las musáceas. Tiene su origen en el suroeste de Asia, se cultivaba en el sur de la India alrededor del siglo V A.C, de ahí se distribuyó a Malasia, Madagascar, Japón y Samoa. Fue introducido probablemente a África del Este y Oeste, entre los años 1000-1500 E.C. finalmente llegó al Caribe y Latinoamérica, poco después del descubrimiento del continente. En América del sur se encontró en Bolivia y la mayor parte del Brasil.

El plátano posee múltiples usos en la elaboración de distintos platos, además es una actividad que se puede producir durante todo el año, y obtener cosechas continuas que aseguran empleos y flujos de ingresos constantes, indistintamente del tamaño de la finca.

Tabla #1 Componentes del plátano.

Contenido	Cantidad
Agua	75 gr.
Hidratos de Carbono digeribles	20 gr.
Grasa bruta	0.3 gr.
Fibra bruta	0.3 gr.
Vitamina A	400 I.E
Vitamina C	10 mg
Energía	460 Kj
Desechos antes del consumo	33%

Fuente: www.ecuarural.gov.ec/ecuagro/paginas/cult_org/paginas/PLATANOS.htm

Principales zonas de cultivo.

Las siembras comerciales de plátano en nuestro país están concentradas en la región del pacífico (ver tabla #2), esto debido por razones socioeconómicas y por el desarrollo estructural (principalmente las pocas vías de transporte terrestre existentes)

El total de área sembrada de plátano es de aproximadamente 15, 960 manzanas distribuidas en los departamentos de Granada, Rivas, Carazo, Masaya, León y Chinandega.

Tabla #2 Principales regiones de cultivo y área sembrada.

Departamento	Área de siembra (Mz)
Carazo	347.00
Granada	1,264.00
León-Chinandega	3,025.00
Masaya	1,138.00
Rivas	10,186.00
Total	15,960.00

Fuente: Estudio Cadena Plátano/IICA 2009.

Variedades exportables

En Nicaragua existen diversas variedades de plátano tales como el guayaquileño, hawaiano, plátano francés y plátano cuerno (False Horn), siendo esta última la variedad utilizada para la exportación.

El plátano cuerno es una planta herbácea perteneciente a la familia de las musáceas. Consta de un tallo subterráneo (corno o rizoma) del cual brota un pseudo-tallo aéreo; el corno emite raíces y yemas laterales que forman los hijos o retoños; su producción es asexual directa con un fruto

encurvado, blanco y en forma de racimo, que es lo que se conoce como cabeza o gajos de plátano

1.2 Clasificación aduanera.

De acuerdo a la clasificación del **Sistema Arancelario Centroamericano** (SAC), la exportación de plátanos se hará con la partida arancelaria **0803.00.20.10**, la cual se refiere a la exportación de plátanos frescos.

Tabla #3. Clasificación del Sistema Arancelario Centroamericano. Plátano.

Código	Descripción
0803.00.20	Plátanos
0803.00.20.10	--frescos
0803.00.20.90	--secos
0803.00.90.00	--otros

1.3 Demanda nacional

El plátano tiene una importancia significativa en la economía nicaragüense como en la generación de empleos y el ingreso de divisas. Nicaragua, dentro de su territorio de vocación agrícola, posee áreas que ofrecen condiciones de adecuadas a óptimas para la siembra de musáceas, con alta rentabilidad económica o de seguridad alimentaria. Destacan los departamentos de Rivas, Granada, Carazo, Managua, León, Chinandega, Matagalpa, Jinotega, Nueva Segovia y zonas de la RAAN y RAAS.

Según estudios realizados por el IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura), el consumo nacional de plátano es bajo, debido a la cultura de utilizar como bastimento la tortilla de maíz, utilizándose únicamente como tostones, cocido o procesado. En primer lugar los más grandes consumidores de las musáceas son las familias

rurales, seguidos por los hogares consumidores urbanos, restaurantes y negocios gastronómicos informales.

1.3.1 Precios nacionales

La venta de plátano en los mercados del país, se realiza por cuenta de 100 unidades y en tres calidades (grande o primera, mediano o segunda, pequeño o tercera). Tradicionalmente, los precios del plátano en el mercado local varían según temporada de producción. Las alzas en los precios se dan en la época de verano, debido al uso de sistemas de riego, lo que incrementa los costos de producción y por ende el precio al comprador. En temporada de lluvia se da una baja en los precios debido a la no utilización de los sistemas de riego y al aumento natural de la producción.

Otro factor que determina el precio, es la variedad. El plátano de mayor demanda es el Cuerno Enano, seguido por el Cuerno Gigante. La tabla #4, presenta los precios de plátano pagados en finca al productor durante el periodo del año 2009 y el primer semestre del 2010.

Tabla #4 Precios del plátano pagados al productor agropecuario en finca (Córdobas/100 unidades.)

Mes	2009	2010
Enero	150.00	150.00
Febrero	125.00	150.00
Marzo	100.00	200.00
Abril	102.50	200.00
Mayo	80.00	193.75
Junio	153.33	280.00
Julio	155.00	—
Agosto	110.00	—
Septiembre	120.00	—
Octubre	125.00	—
Noviembre	141.67	—
Diciembre	141.67	—
Promedio	125.83	195.63

Los precios han venido incrementando en los últimos meses debido al aumento de los insumos y equipos utilizados en la producción. Pero, también la creciente demanda de plátano ha contribuido a este aumento, principalmente el precio del plátano para exportación.

Fuente: Sistema de Precios y Mercados Agropecuarios (SIGMA). MAG-FOR. 2010

El precio máximo pagado a los productores durante este año y medio ha sido de C\$ 280.00 por cada 100 unidades para el 2010 y C\$ 155.00 en el 2009.

1.3.2 Comportamiento de las exportaciones nicaragüenses.

Las exportaciones de plátano han crecido durante los últimos 5 años, lo que ha aumentado las divisas en concepto de exportaciones netas. Antes de la ratificación y vigencia del DR-CAFTA, las exportaciones crecieron a un menor ritmo. Este tratado de libre comercio ha abierto una ventana de oportunidades para las exportaciones de las musáceas cuyo principal destino es los Estados Unidos. Anteriormente, los principales destinos eran países de la región centroamericana (2005-2007) como El Salvador, Honduras y Costa Rica. En los últimos dos años las exportaciones han seguido un comportamiento similar hacia estos países, pero, las exportaciones hacia Estados Unidos han crecido a tal punto de convertirse en el mercado más atractivo.

Tabla #5. Balanza comercial del plátano 2005-2009

Año	Total Exportaciones FOB (U\$)	Total Importaciones CIF (U\$)	Saldo Comercial
2005	1175,639.40	2,604.19	1173,035.21
2006	1422,175.96	990.00	1421,185.96
2007	2114,787.74	1,608.30	2113,179.44
2008	3673,812.17	8,716.87	3665,095.30
2009	4034,292.04	3,167.81	4031,124.23
TOTAL	12437,794.48	17,087.17	12420,707.31

Fuente: Centro de Documentación (CEDOC-MIFIC), en base a información de la DGA.

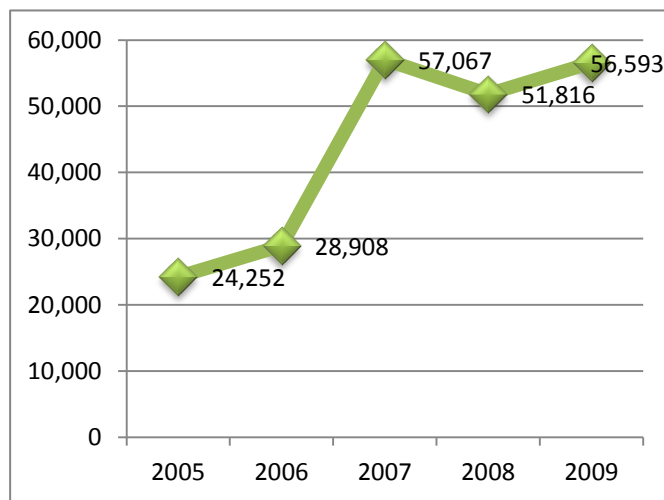
En la tabla anterior, se presentan las exportaciones e importaciones de plátano para el periodo 2005-2009. Según los resultados, el saldo comercial ha sido positivo en los cinco años, a pesar que las exportaciones han sufrido variaciones

en el volumen exportado. Dichas exportaciones han venido creciendo a lo largo de este periodo.

Del 2005 al 2008 las exportaciones aumentaron año con año en casi el 50% del aumento del año anterior. Pero, en el 2008 solamente crecieron en un 9.81% con respecto al 2008. En el año 2006 las exportaciones de plátano representaron solamente un 0.16% del total de las exportaciones de Nicaragua, pero en el 2009 representaron un 0.27%.

1.3.3 Comportamiento de las exportaciones por cantidades exportadas.

Gráfico #1. Exportaciones de plátano, 2005-2009 (Toneladas)



Como se observa en el gráfico las exportaciones de plátano en toneladas después del 2006 han aumentado significativamente, con un descenso en el 2008, pero con una recuperación en el 2009.

Fuente: CEDOC-MIFIC, en base a información de la DGA.

El descenso en las cantidades exportadas en 2008 en comparación al 2007, no debe considerarse negativo, ya que si se compara las exportaciones en términos monetarios en estos mismos años (Tabla #5) podemos observar que son mayores las exportaciones en 2008 a las del 2007, lo que se traduce en mejores precios pagados por caja de plátano exportado. Las expectativas para el 2010 son alentadoras, se espera que las exportaciones aumenten en comparación al año anterior.

Según datos proporcionados por MIFIC/DGA, de Enero a Junio del 2010, ya se exportaron 25, 238.22 toneladas, es decir, un 44.60% con respecto a lo exportado en el 2009. Cabe destacar que aún falta el último trimestre (Octubre, Noviembre y Diciembre), período en que aumentan las exportaciones, debido a un aumento en la demanda.

1.3.4 Comportamiento de las exportaciones por países importadores.

El análisis del producto en Nicaragua que se presenta a continuación, es para identificar cuáles son los principales países importadores (Destinos) del plátano. En otras palabras, determinar aquellos mercados a los que Nicaragua ya está exportando.

Tabla #6. Exportaciones FOB de plátano, por países destinos, 2005-2009

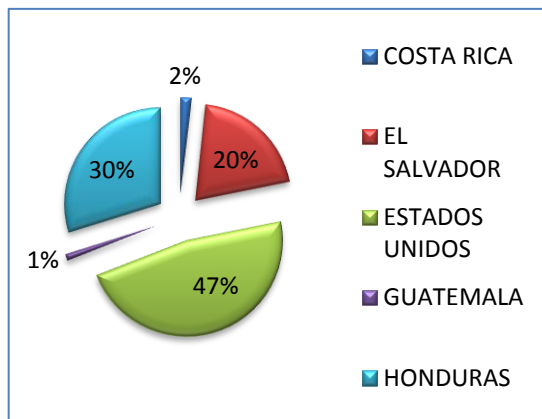
PAIS DESTINO	EXPORTACIONES FOB					% sobre Total 2009
	2005	2006	2007	2008	2009	
	Valor (US\$)	Valor (US\$)	Valor (US\$)	Valor (US\$)	Valor (US\$)	
COSTA RICA	173,665.50	374,687.40	109,787.69	35,250.37	68,385.57	1.70
EL SALVADOR	575,618.20	590,543.00	1093,333.49	723,606.40	813,015.00	20.15
ESTADOS UNIDOS	53,530.70	30,322.65	113,040.00	1803,322.68	1906,061.84	47.25
GUATEMALA	4,452.00	-	1.00	-	45,226.80	1.12
HONDURAS	363,921.00	405,222.91	797,825.56	1111,632.72	1201,602.83	29.78
LIBERIA	-	1,400.00	-			0.00
SIERRA LEONA	-	-	800.00			0.00
SURINAM (GUAYANA HOL)	-	20,000.00	-			0.00
VIRGENES ISLAS (U.S.)	4,452.00	-	-			0.00
TOTAL	1175,639.40	1422,175.96	2114,787.74	3673,812.17	4034,292.04	100.00

Fuente: CEDOC-MIFIC, en base a información de la DGA.

Como se observa en la tabla #6, las exportaciones netas en dólares americanos (US\$) han aumentado de forma creciente en el periodo de 2005-2009.

Son cinco los principales países destinos de las exportaciones de plátano para el periodo en estudio, ver gráfico #2. Honduras es el único país cuyas importaciones de plátano nicaragüense han sido de forma creciente. Esto debido a que las industrias como Dinant y Pozuelo ocupan el plátano como materia prima para la elaboración de boquitas. Otros en cambio, como Estados Unidos, El Salvador y Costa Rica han importado plátano, pero, de forma variable. En el caso de Estados Unidos, solo en el 2003, se registró una baja en las exportaciones hacia ese país, después de ese año han venido creciendo, como un mercado emergente, a raíz del DR-CAFTA convirtiéndose hoy en día en el primer importador. Costa Rica por su parte es un exportador neto de plátanos y bananos, las exportaciones hacia el país vecino no son un atractivo comercial. El Salvador al igual que Honduras importa plátano nicaragüense para utilizarlo como materia prima en las industrias alimenticias de boquitas.

Gráfico #2. Principales países compradores de plátano nicaragüense, 2009



En el 2009 los principales compradores del plátano nicaragüense, son Estados Unidos con un 47%, Honduras 30% y El Salvador 20% del total de las exportaciones de plátano nicaragüense.

1.4 Mercado internacional

1.4.1 Comportamiento de exportaciones por principales países vendedores.

Estados Unidos y Europa son los principales importadores de plátano fresco. Latinoamérica y El Caribe producen el mayor porcentaje comercializado en el Mundo. A continuación se presenta una tabla que detalla la lista de los 25 países mayores exportadores de plátano a nivel mundial, 2007-2009.

Tabla #7. Principales países exportadores de plátano por valor de exportaciones, 2007-2009

Lista de los exportadores para el producto (Plátano)					
Unidad : Dólar EUA miles					
Exportadores	valor exportado 2007	valor exportado 2008	valor exportado 2009	% Crecimiento 2008-2009	% sobre Total Exportaciones 2009
'Bélgica	1131,260	1322,328	1540,799	16.52	28.61
'Costa Rica	645,152	688,597	711,664	3.35	13.22
'Colombia	525,458	569,624	654,354	14.87	12.15
'Alemania	406,015	454,107	531,223	16.98	9.86
'Filipinas	405,444	401,446	397,521	-0.98	7.38
Estados Unidos	240,070	253,478	344,114	35.76	6.39
'Guatemala	233,032	326,292	343,876	5.39	6.39
'Francia	114,727	126,959	179,305	41.23	3.33
'Costa de Marfil	115,626	126,594	118,207	-6.63	2.20
'Italia	104,866	109,407	109,437	0.03	2.03
'Panamá	110,162	112,096	98,873	-11.80	1.84
'México	30,651	19,959	48,304	142.02	0.90
'Suecia	45,167	43,472	46,280	6.46	0.86
'Reino Unido	10,262	39,632	45,939	15.91	0.85
'Brasil	38,555	44,301	35,658	-19.51	0.66
'Eslovenia	7,616	14,505	32,200	121.99	0.60
'Austria	14,141	16,392	25,022	52.65	0.46
'Grecia	2,447	12,076	15,306	26.75	0.28
'Taipei Chino	15,541	16,742	14,823	-11.46	0.28
'Rusia	7,317	12,999	13,060	0.47	0.24
'India	3,545	4,927	10,682	116.81	0.20
'Dinamarca	11,592	10,615	9,602	-9.54	0.18
'Lituania	5,475	6,017	8,799	46.24	0.16
'Tailandia	7,550	7,996	8,536	6.75	0.16
'China	7,228	6,779	6,841	0.91	0.13
Resto Mundo	8528,783	10036,338	34,725	-99.65	0.64
TOTAL	12767,682	14783,678	5385,150	-63.57	100.00

Fuente: Depto. de Documentación/ Centro de Exportación e Inversión CEI.

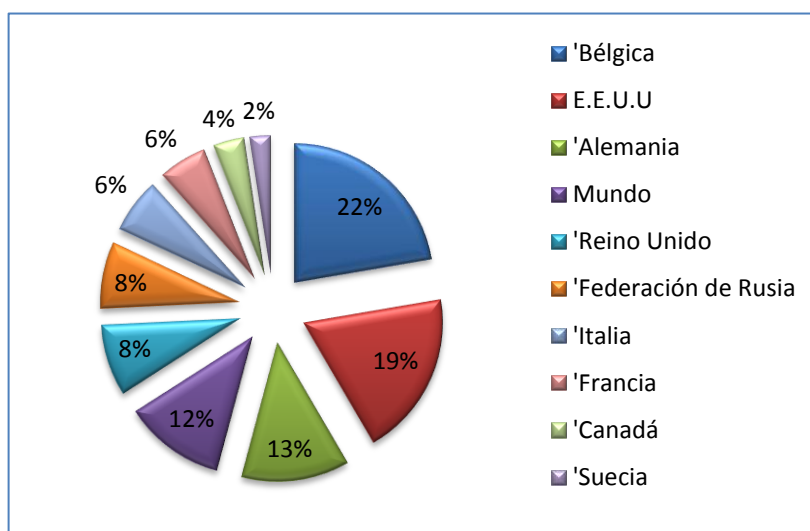
En base a la

anterior, los principales países exportadores de plátano a escala mundial son Bélgica, Costa Rica, Colombia, Alemania, Filipinas y los Estados Unidos. Los segundos mayores exportadores son Guatemala, Francia, Costa de Marfil e Italia.

Al revisar los datos estadísticos sobre la comercialización, en el 2009 se destaca como principal exportador a Bélgica con un 28.61% de lo exportado a nivel mundial y con un crecimiento del 16.52% en comparación al 2008, es un importante re-exportador para el resto de la Unión Europea. Importa de Colombia y de las excolonias europeas. A pesar de que Bélgica fue el mayor exportador, es importante recalcar que otros países como Francia, Estados Unidos, México, Eslovenia, India y Lituania aumentaron sus exportaciones en mayores cantidades. En el caso específico de México aumentó sus exportaciones en un 142% con respecto al 2008. En la región latinoamericana destacan Costa Rica, Colombia, Guatemala, Panamá y Brasil.

1.4.2 Comportamiento de las importaciones mundiales por principales países compradores.

Gráfico #3 Principales importadores de plátano a nivel mundial, 2009 (%).



En base a los datos estadísticos de la tabla #8, los principales países importadores de plátano a nivel mundial son Bélgica, Estados Unidos y Alemania. A pesar de que Bélgica fue el

mayor importador y tuvo un aumento del 20.35% con respecto al 2008, otros

países de la Unión Europea (UE) también mostraron comportamientos crecientes en sus importaciones y aun mayores tasas de crecimiento como el caso de Dinamarca (31.8%). Canadá también aumentó sus importaciones de plátano en un 31.96%. Ver tabla #8.

Tabla #8. Principales países importadores por valor de importaciones a nivel mundial de plátano, 2007-2009.

Importadores	valor importada en 2007	valor importada en 2008	valor importada en 2009	% Sobre el Total 2009	Tasa de Crecimiento 2009
Unidad : Dólar EUA miles					
E.E.U.U	1471,337	1525,385	1685,384	17.6194362	10.48908964
'Bélgica	1319,784	1494,395	1946,318	20.3473071	30.24120129
'Alemania	871,664	1034,239	1095,048	11.4479124	5.87958876
'Reino Unido	607,659	729,159	725,635	7.58597424	-0.48329651
'Japón	564,562	584,475	–	–	–
Rusia	480,681	584,671	670,499	7.00956836	14.67970876
'Italia	416,400	481,193	562,286	5.87828193	16.85248954
'Francia	289,484	374,045	494,914	5.17395778	32.31402639
'Canadá	223,092	237,576	313,509	3.27750342	31.96156177
Holanda	205,973	162,781	–	–	–
'Suecia	192,711	196,071	206,005	2.15362906	5.066532022
'Polonia	167,002	195,709	–	–	–
Corea	144,695	170,659	–	–	–
'Austria	118,162	105,840	137,048	1.43273491	29.48601663
'China	116,248	111,226	138,597	1.44892855	24.60845486
'Arabia Saudita	113,621	125,740	–	–	–
'España	104,067	129,601	–	–	–
'Dinamarca	93,546	98,059	129,242	1.35112899	31.80024271
'República Checa	91,182	98,698	–	–	–
'Portugal	91,106	109,739	–	–	–
Irán	90,467	79,033	–	–	–
'Suiza	84,823	93,607	104,477	1.09222933	11.61237942
'Grecia	75,984	100,797	125,763	1.31475863	24.7685943
'Turquía	75,220	100,749	104,829	1.09590923	4.049667987
'Rumania	74,979	102,531	97,535	1.01965588	-4.872672655
Mundo	1029,026	1290,605	1028393	10.7510839	-20.31698312
Total	9113,475	10316,583	9565,482	100	248

Fuente: Centro de Exportaciones e Inversiones (CEI).

La tabla #8 muestra los 25 principales importadores de plátano del mundo. Como puede verse en el 2009 Bélgica fue el mayor importador con un 20.35% de las exportaciones mundiales. Seguido de Estados Unidos con un 17.62%, Alemania 11.45%, Reino Unido 7.6%. Rusia con un 7% y los restantes importan menos del 6% del total mundial.

Los principales mercados para el plátano son Estados Unidos, Canadá y Europa. Estos mercados son exigentes respecto a la calidad y tiempo de llegada del producto. Pero, ofrecen un ambiente político y económico positivo y estable, sumamente atractivo para las empresas exportadoras nicaragüenses.

1.5 Análisis de mercados potenciales: Estados Unidos.

Basándose en el análisis de las estadísticas incluidas previamente, dentro de los países que podrían considerarse como propicios para las exportaciones nicaragüenses de plátano verde, destaca Estados Unidos que ha mostrado un crecimiento anual de las importaciones provenientes de Nicaragua y del mundo en términos generales y por su relativa cercanía geográfica con Nicaragua. Así mismo, el mercado de Estado Unidos ofrece un ambiente político y económico positivo y estable, sumamente atractivo para las empresas exportadoras nicaragüenses.

El mercado de los Estados Unidos: El mercado de importación de plátano verde en los Estados Unidos ha venido creciendo en volumen a un promedio de 5% en los últimos 5 años. Considerado un producto de exportación promisorio para los empresarios nicaragüenses, es además un cultivo de tradición en Nicaragua con una calidad, sabor y tamaño muy competitivo. Nicaragua como la mayoría de los países centroamericanos es un exportador neto de productos primarios (agropecuarios) a los Estados Unidos, que es también una fuente importante para las importaciones de bienes alimenticios. Por otro lado, es recomendable aprovechar las buenas relaciones existentes como el DR-CAFTA y su relativa cercanía física con nuestro país.

1.5.1 Intercambio Comercial Estados Unidos- Nicaragua.

La balanza comercial ha sido negativa durante el periodo 2005-2009, aunque en los últimos años se ha notado un repunte de las exportaciones gracias al dinamismo y apoyo del sector exportador del país. Lo que de alguna manera ha contribuido a que el saldo de la balanza comercial vaya disminuyendo como se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla #9 Balanza comercial Nicaragua – Estados Unidos

En US\$ Miles de Dólares			
Año	Exportaciones	Importaciones	Saldo Comercial
2005	273,021.28	498,236.65	-225,215.37
2006	286,732.81	524,876.11	-238,143.30
2007	318,759.84	619,653.79	-300,893.95
2008	328,267.95	809,262.35	-480,994.40
2009	436,477.89	903,716.40	-467,238.51

Fuente: Banco Central de Nicaragua (BCN).

Las exportaciones hacia Estados Unidos han aumentado en los últimos años a partir de la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, Estados Unidos y República Dominicana (DR-CAFTA). Diferentes tipos de productos agrícolas han sido incluidos en la lista de productos admisibles en los Estados Unidos. Tal es el caso del plátano, cuyo arancel es cero.

CAFTA-DR: El Arancel tanto en los Estados Unidos como en Nicaragua es Cero. Para ingresar al mercado de los Estados Unidos se debe cumplir con la ley de Bioterrorismo, y con la inspección en los puertos de Entrada. Por otra parte, debe asegurarse cumplir con las normas establecidas por la legislación de residuos químicos establecida en la EPA. (Agencia para la Protección del Ambiente de los EEUU).

1.6 Características del producto a exportar

En base a la Guía Práctica para la exportación de plátano a EEUU del IICA-Nicaragua (2009) se presentan los siguientes requerimientos:

- **Estándares de Calidad**

Los plátanos para la exportación deben estar enteros y duros, exteriormente secos, limpios sin manchas ni grietas, no deben presentar rayas profundas, ni huellas de ataque de plagas y enfermedades:

- Verdes, sin madurar.
- Enteros y consistentes.
- Sanos, se excluirán los productos atacados por podredumbres o alteraciones que los hagan impropios para el consumo.
- Limpios, exentos de materias extrañas visibles.
- Exentos de daños producidos por parásitos.
- Con el pedúnculo intacto, sin pliegues ni ataques fúngicos y sin desecar.
- Desprovistos de restos florales.
- Exentos de deformaciones y sin curvaturas anormales de los dedos.
- Exentos de magulladuras.
- Exentos de daños causados por temperaturas bajas.
- Exentos de humedad exterior anormal.
- Exentos de olores o sabores extraños.

- **Estándares de Empaque**

a. El plátano se exporta en cajas de cartón corrugado totalmente telescópico de dos piezas, preferiblemente con base doble; La caja deberá soportar esfuerzos a la rotura de 19 kgs/ cm² (275 lbs./plg²). La caja usada para el banano es aceptable, pero debe tener un divisor central vertical para mejorar la resistencia y protección de la fruta. Si se usan grapas metálicas para conformar la caja debe tenerse especial cuidado para asegurar que las grapas han cerrado totalmente y así evitar daños a la fruta.

- b. El tamaño de la caja debe ser de 20x51x34 cm. de dimensiones.
- c. La distribución de la fruta en la caja debe realizarse de manera que no se dañen los frutos, para lo que se ubican cinco filas dentro de la caja de la siguiente forma:
 - i. En la parte inferior de la caja se colocan dos filas opuestas de dedos planos y largos de forma igual a un arco.
 - ii. A lo sumo dos gemelos curvos, además dedos pequeños semicurvos, encima del arco anterior.
 - iii. Curvos, semicurvos medianos en posición igual al anterior.
 - iv. Curvos medianos, semicurvos y curvos largos en igual posición a la segunda y tercera fila hasta el cierre.
- d. Se estima que una caja de cartón de exportación de plátano de 50 lbs. Contenga entre 50 a 67 dedos de plátano y un contenedor de 40 pies (refrigerado) aproximadamente 900 cajas.

1.7 Precios Internacionales del plátano.

Dado que el mercado destino para la exportación del plátano fresco es el mercado de Estado Unidos se ha escogido el puerto de Miami como el lugar de recepción del producto. Esto sirve para conocer el precio pagado por el producto exportado en ese puerto, así como también, nos sirve de guía para el cálculo del costo de transporte de los contenedores.

Precio mayorista en Miami: Los precios reportados muestran caídas muy significativas a partir de septiembre/09, especialmente al producto ecuatoriano y guatemalteco. El precio promedio de febrero/10 en todos los países osciló alrededor de los \$16 y \$17 por caja de 50 libras (ver tabla #10).

Tabla #10 Comportamiento de precios en los Estados Unidos: 2009

PLÁTANO: PRECIO SEGÚN DESTINO Y ORIGEN EN \$ Y CAJAS DE 40 Y 50 LIBRAS					
Destino	Origen	Variedad	P. Mínimo	P .máximo	Empaque
Miami	Colombia	verde	13.00	14.00	50.00 Lb
Miami	Ecuador	verde	11.00	12.00	50.00 Lb
Miami	Guatemala	verde	12.00	14.00	50.00 Lb
New york	Colombia	verde	13.00	14.00	50.00 Lb
New york	Ecuador	verde	12.00	14.00	50.00 Lb
New york	Colombia	Maduro	17.00	20.00	50.00 Lb
New york	Guatemala	Maduro	17.00	18.00	40.00 Lb
Dallas	Ecuador		18.00	18.00	40.00 Lb
Dallas	Guatemala		19.00	19.00	50.00 Lb
Los Ángeles	Colombia		26.00	26.00	50.00 Lb
Los Ángeles	Ecuador		19.50	22.00	50.00 Lb
Los Ángeles	Guatemala		25.00	26.00	

Fuente: USDA.

Como se puede observar los principales proveedores del mercado de los Estados Unidos en cuanto a la importación de plátano son Ecuador, Colombia, Guatemala y aunque no aparezca en la tabla anterior también está Costa Rica. Los precios promedios son los utilizados en el Estudio Financiero (US\$ 18.00 C/caja). Los puertos destinos están ubicados en los estados con mayor número de poblaciones hispanas (California, Florida, New York y Texas). A Nicaragua .le favorece la cercanía con Estados Unidos, esto con respecto a Colombia y Ecuador, ya que hipotéticamente disminuye los costos de transporte. En la actualidad las exportaciones nicaragüenses son de plátanos verdes frescos, no de maduros, lo que representaría en un futuro otra opción para exportar.

1.7.1 Demandas reales de plátano en el mercado de Miami.

De la base de datos del Centro de Exportaciones e Inversiones (CEI- Nicaragua) se presenta la siguiente lista de las empresas importadoras de plátano en Miami-USA y las cantidades solicitadas. Estas empresas hacen sus solicitudes al COMTRADE (Base de Datos de comercio exterior de la cual es parte el CEI).

Tabla #11 Demandas reales de plátano en el mercado de Miami.

Empresa	País/Destino	Cantidad (Contenedor 40')	Producto	Intervalo (Todo el año)	Total Mes
Ecoripe Tropical	Miami, E.U	1	plátano	Semanal	4
W.P Produce Corp.	Miami, E.U	1	plátano	Semanal	4
Gold Valley	Miami, E.U	2	plátano	Semanal	8
Tambo Sur	Miami, E.U	1	plátano	Mensual	1
Exp Groups LLC.	E.E.U.U	2	plátano	Semanal	8
Florida European	E.E.U.U	1	plátano	Mensual	1
Total de contenedores plátano demandados:					26

Fuente: Centro de Exportaciones e Inversiones (CEI)

Para mayor información de los contactos de compradores de plátano en el mercado de Miami y otros sitios en Estados Unidos ver el **Anexo#1. Contactos comerciales para la exportación de plátano.**

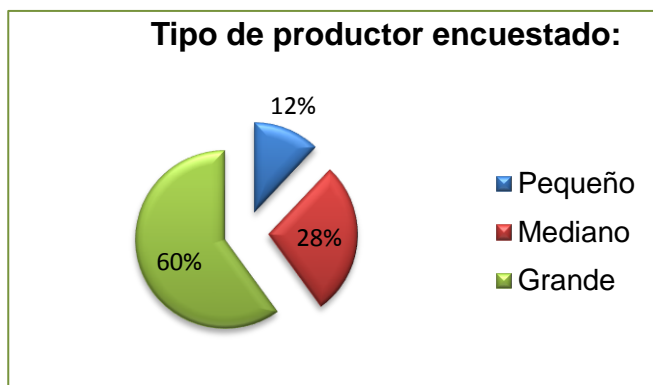
1.8 Análisis de la producción nacional.

Para realizar el análisis de la producción nacional se realizaron encuestas a los productores de plátano del departamento de Rivas y sus municipios (**Anexo #2**). Con el fin de conocer la capacidad de producción, la variedad cultivada, calidad de las siembras, el rendimiento de los cultivos por manzana y la disposición de estos para vender sus productos a la empresa exportadora. En la actualidad según datos del MAGFOR hay unos 960 productores. A continuación, los resultados de las encuestas.

Resultados de las encuestas aplicadas a los productores de plátano en el departamento de Rivas.

En las encuestas se trabajó clasificando al productor en base al número de manzanas que posee, recursos financieros y tecnología de siembra. Lo que nos permitió clasificarlos de la siguiente manera:

Tipo de Productor	#	
	Manzanas	Total
Pequeño	1 a 10	29
Mediano	11 a 20	67
Grande	21 a más	144
		<hr/> 240



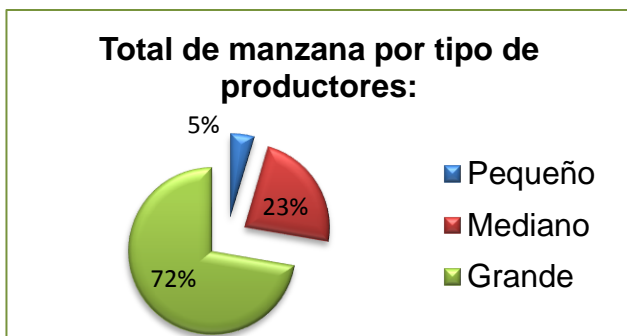
De un universo aproximado de 960 productores de plátano en el departamento de Rivas. Se seleccionó para aplicarle la encuesta al 25% de todo el universo. Lo cual dio como resultado que un 60% de los

productores encuestados son categorizados como grandes, contando con más de 21 manzanas, un 12% como pequeños productores que son los que cuentan

de 1 a 10 manzanas y un 28% como medianos productores que son los que poseen de 11 a 20 manzanas.

1. ¿Cuántas manzanas posee?

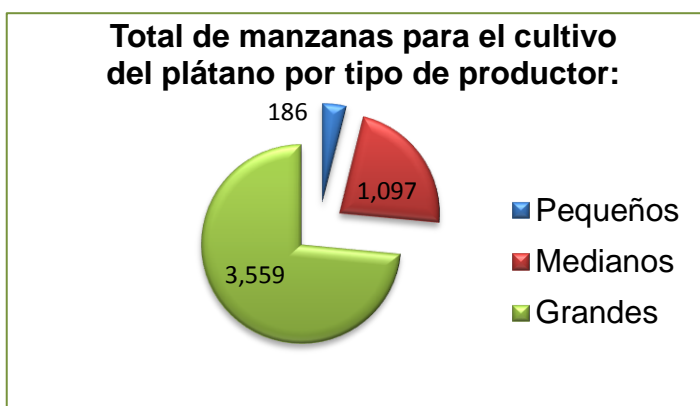
Tipo de Productor	Σ Manzanas
Pequeño	232
Mediano	1,206
Grande	3,746
	<u>5,184</u>



Los productores encuestados sumaron un área total de 5, 184 manzanas, dentro las cuales, los grandes productores poseen el 72% del área de siembra, los medianos poseen solamente un 23% y los pequeños un 5%.

2. ¿Cuántas de estas manzanas ocupa para el cultivo de plátano?

Tipo de Productor	Σ Manzanas	%
Pequeños	186	80%
Medianos	1,097	91%
Grandes	3, 559	95%
	<u>4, 842</u>	

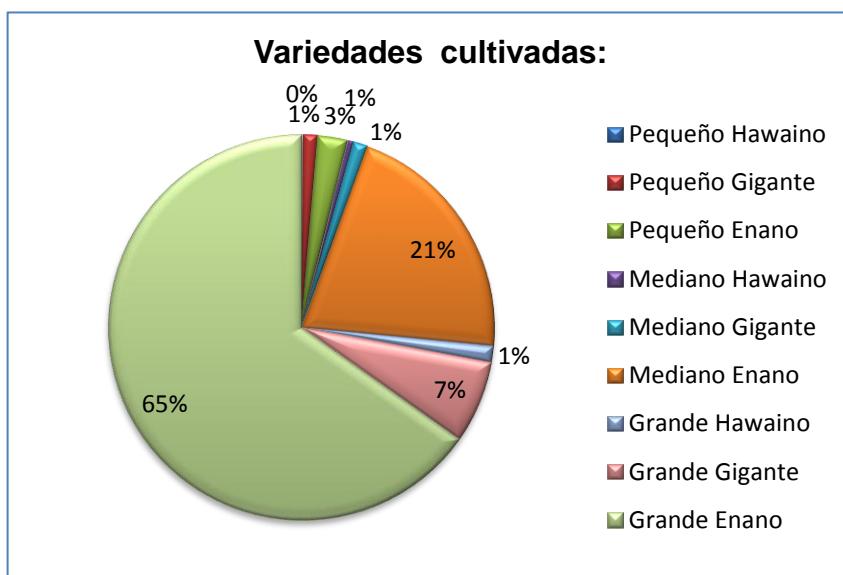


Según el número de manzanas que poseen con respecto a las que ocupan para el cultivo de plátano. Los grandes productores ocupan el 95% del total de manzanas, los medianos el 91% y los pequeños

productores ocupan el 80%. El restante de la tierra, los productores, la ocupan para otros cultivos como papaya y caña de azúcar.

3. De las siguientes opciones, ¿Qué tipo de variedad cultiva?

Tipo de Productor	Tipo de plátano	Total (Mz)
Pequeño	Hawaiano	6.4
	Gigante	57.6
	Enano	122
Mediano	Hawaiano	22
	Gigante	60
	Enano	1,015
Grande	Hawaiano	67
	Gigante	335
	Enano	3,157

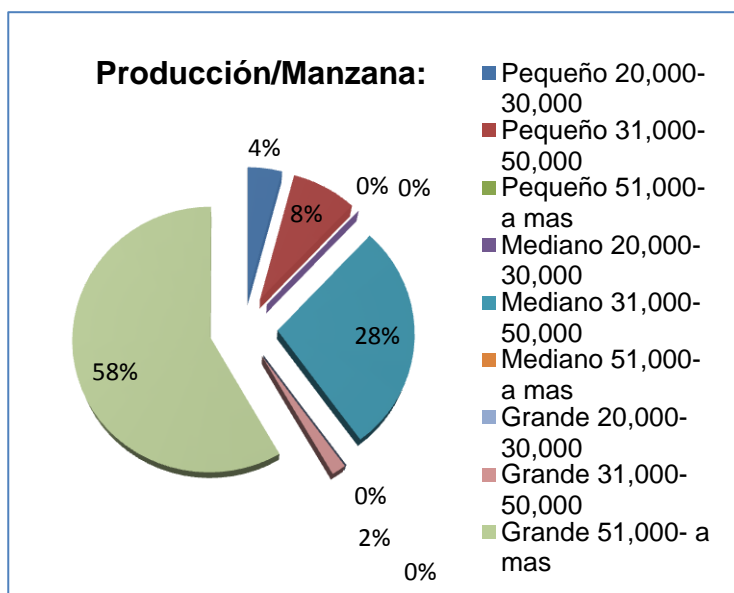


Entre la variedad del cultivo de plátano se encuentran el Hawaiano, el Gigante y el Enano. Los productores pequeños, medianos y grandes cultivan en su mayoría plátanos de variedad enano con un total de 89%

del área total de la producción dedicada al cultivo del plátano. Un 9% del área total es dedicado al cultivo de la variedad gigante, el cual se siembra en la Isla de Ometepe, mayormente por Grandes Productores. Menos del 2% se ocupa para sembrar la variedad hawaiano.

4. ¿Cuánto es la producción por manzana?

Tipo de Productor	Rango	Total
Pequeño	20,000-30,000	10
	31,000-50,000	19
	51,000- a más	0
Mediano	20,000-30,000	0
	31,000-50,000	67
	51,000- a más	0
Grande	20,000-30,000	0
	31,000-50,000	4
	51,000- a más	140



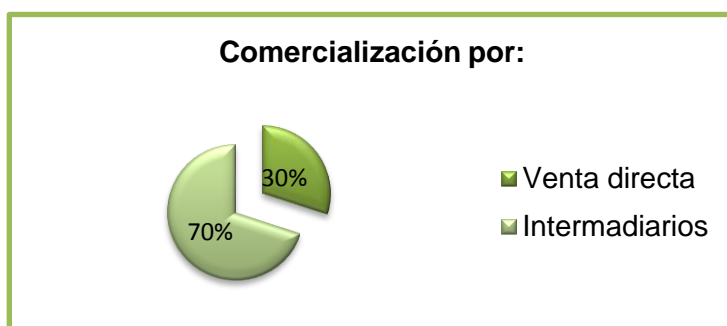
Los rendimientos por manzana dependen de muchos factores como el clima, tecnología de riego utilizada durante el cultivo, plagas, abonos, etc. Esto provoca que dependiendo del tipo de productor y los recursos económicos con los que cuenta obtenga mayores rendimientos. Los

medianos y grandes productores encuestados son los que obtuvieron mejores rendimientos. Los **medianos productores** obtuvieron un rendimiento promedio de 50,000 unidades por manzana, mientras que los **grandes productores** obtuvieron las 56,000 unidades por manzana. Del total de la producción, los **pequeños productores** obtenían como plátanos de primera o clase A un 20% de las casi 40,000 unidades (promedio de unidades obtenidas por los pequeños productores), mientras que los medianos obtenían un 60% de la producción

como plátano clase A y finalmente los grandes obtenían el mejor rendimiento con un 90% como plátanos clase A o plátanos de exportación (longitud de 9`` a 9.5``).

5. ¿Cómo comercializa su producto?

Tipo	# de productores
Venta directa	72
Intermediarios	168
Otros	0



La mayoría de los productores comercializan la producción de plátano a intermediarios (como los centros de acopio revendedores), que se los

llegan a comprar a sus plantíos. Esta de forma de comercio del plátano ocurre en un 70% de los productores encuestados y solamente un 30% de los mismos lo llevan a los mercados populares o lo exportan.

6. ¿Qué tipo de transporte utiliza para la comercialización?

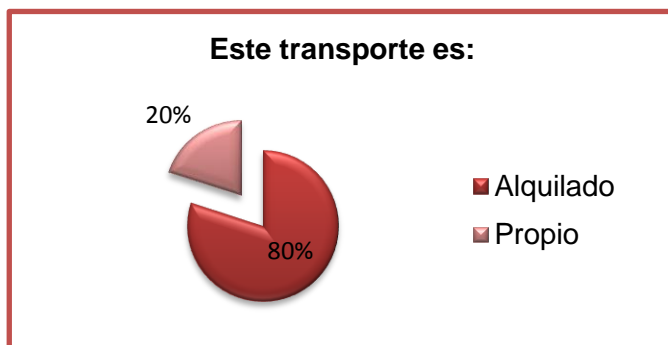
Tipo	# de productores
Camiones	72
Camionetas	0
Furgones	0



Todos los productores que comercializan sus productos de forma directa, lo transportan en camiones.

7. Este transporte es:

Tipo	# de productores
Alquilado	58
Propio	14
Prestado	0

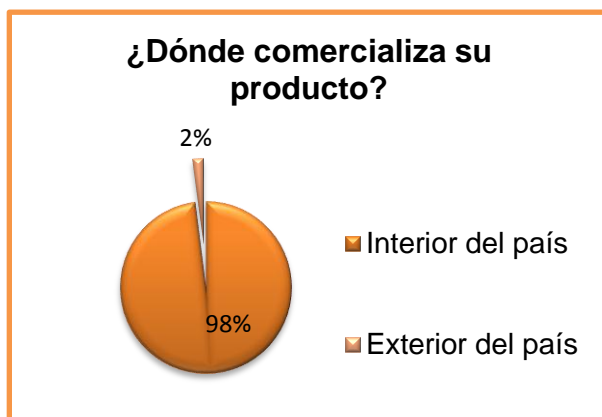


Los productores que venden de forma directa la producción de plátanos utilizan camiones que alquilados (80%) y unos pocos de esos camiones son propiedad de los productores

(20%).

8. ¿Dónde comercializa su producto?

Tipo	# de productores
Interior del país	70
Exterior del país	2



El 98% de los productores que comercializan sus productos de forma directa lo hacen en el interior del país y solo un 2% del total de los productores encuestados lo exportan. Es decir, son unos pocos los productores que siembran y exportan. La gran mayoría siembra y vende su

producción a otros que los venden al interior del país, revenden a importadores o bien exportan por si mismos.

9. Si lo hace en el interior ¿Dónde lo hace?

Tipo	# de productores
Mercados locales/nacionales	62
Establecimiento propio	8

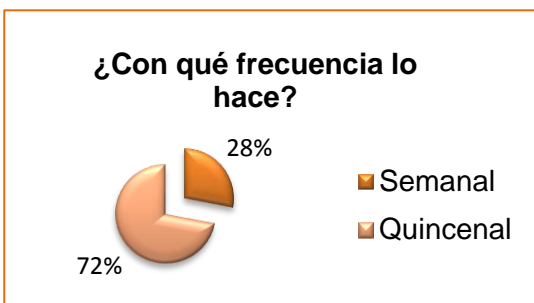


De los productores que comercializan en el interior del país el 86% de estos los venden en los mercados nacionales. Estos son productores que llevan su producción en camiones a los

mercados de los departamentos como Managua, Masaya, Granada, Carazo y Rivas. Solo un 14% lo comercializa a través de establecimientos propios ya que tienen tramos en mercados populares o sobre la carretera. Todos los productores de una o de otra manera logran vender sus productos aunque sea por debajo del precio de lo que actualmente se este comercializando en el mercado, esto ocurre principalmente en temporada alta.

10. ¿Con qué frecuencia lo hace?

Tipo	# de productores
Semanal	67
Quincenal	173



La frecuencia de sacar el producto de los plantíos varía según el tiempo de cosecha. En su mayoría (72% de los productores) lo hace cada semana y el 28% de los mismos lo realiza cada 15 días.

11. Ya que no exporta, ¿Vendería su producto a una empresa nacional para ser exportado?

# de productores	Respuesta
215	Si
23	No



El 90% de los productores esta dispuesto a venderle a una empresa nacional que este interesada en exportar sus productos y solo un 10% de los productores no esta dispuesto a vender porque ellos ya tienen compradores en especifico. Cabe mencionar que aunque

algunos de los productores pertenezcan a cooperativas o tengan “palabra” de vender su producción a determinados compradores, todos ellos opinan que al momento de la venta es más importante un buen precio por sus cultivos.

12. ¿Recibe algún tipo de asistencia técnica?

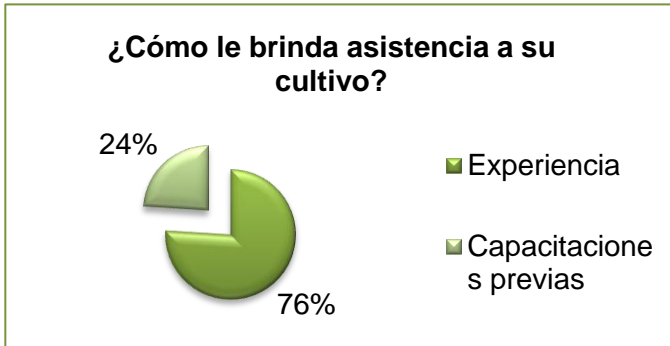
# de productores	Respuesta
212	Si
28	No



La mayoría de los productores recibe asistencia técnica (88%) y solo un 12% no recibe ningún tipo de asistencia. Pero estos últimos, están dispuestos ha recibir cualquier tipo de asistencia con el fin de mejorar sus cultivos.

13. SI LOS PRODUCTORES RESPONDIERON QUE NO, ¿Cómo le brinda asistencia a su cultivo?

Tipo	# de productores	
Experiencia	21	Aun cuando los productores que contestaron que no reciben asistencia técnica el 76% trabajan la tierra, siembran y dan mantenimiento a los cultivos por experiencias que han adquirido y por la experiencia de otros productores. El otro 24% de los productores trabajan sus
Capacitaciones previas	7	
Otros	0	

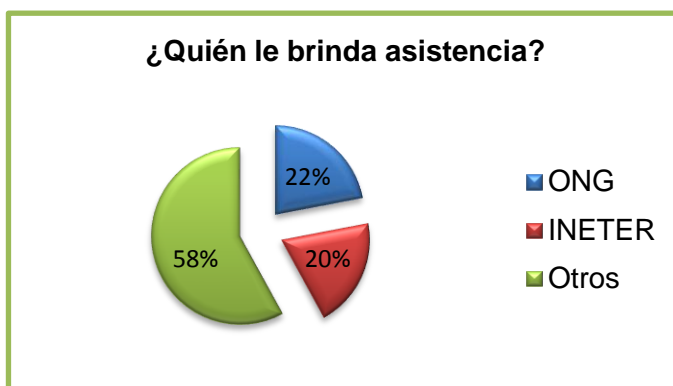


técnicos el 76% trabajan la tierra, siembran y dan mantenimiento a los cultivos por experiencias que han adquirido y por la experiencia de otros productores. El otro 24% de los productores trabajan sus

siembras por capacitaciones previas.

14. SI LOS PRODUCTORES RESPONDIERON QUE SI ¿Quién le brinda asistencia?

Institución	# de productores
ONG	47
INETER	42
Otros	123

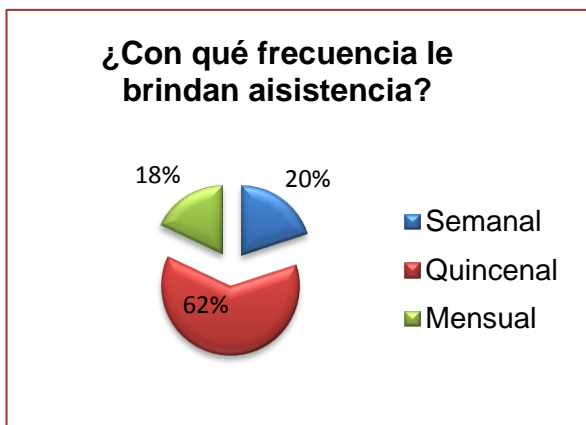


La asistencia técnica la brindan en un 22% las ONG, a un 20% los asisten funcionarios de INETER y al 56% los asisten otras entidades que en su mayoría son aquellas quienes les brindan los suministros o

insumos.

15. ¿Con qué frecuencia le brindan asistencia?

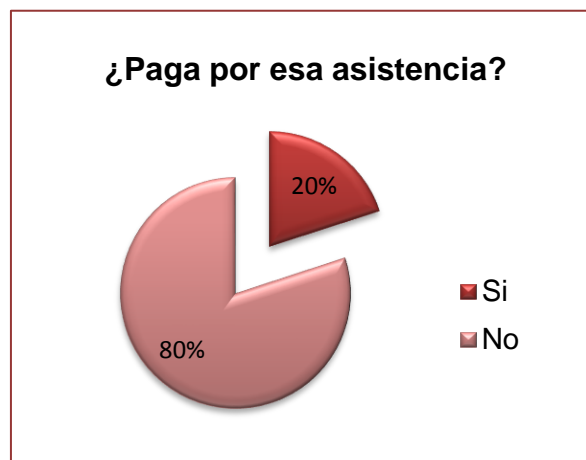
Frecuencia	# de productores
Semanal	42
Quincenal	131
Mensual	39
Otros	0



La asistencia es brindada cada 15 días al 62% de los productores, un 20% la recibe semanalmente y el 18% restante una vez al mes.

16. ¿Paga por esa asistencia?

# de productores	Respuesta
43	Si
169	No



El 80% de los productores no paga por las asistencias técnicas que han recibido o reciben en la actualidad. El resto han pagado o siguen pagando por este servicio, generalmente, a empresas privadas que brindan este servicio.

17. ¿Invertiría para mejorar el cultivo?

# de productores	Respuesta
240	Si
0	No



Todos los productores encuestados están dispuestos a invertir para mejorar la calidad de sus productos.

18. ¿Posee los recursos financieros para invertir en la mejora de su cultivo?

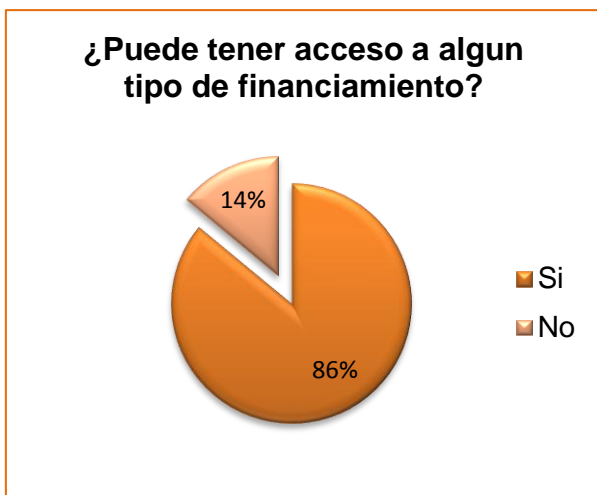
# de productores	Respuesta
192	Si
48	No



El 80% de los productores poseen recursos financieros para las mejoras de los productos y el resto de estos no, principalmente los categorizados como pequeños productores.

19. Si su respuesta es no ¿Puede tener acceso a algún tipo de financiamiento de instituciones bancarias?

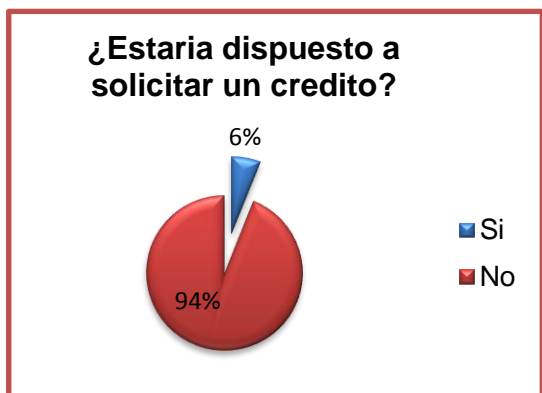
# de productores	Respuesta
41	Si
7	No



Aun cuando el 20% de los productores encuestados no tengan los recursos para implementar las mejoras a sus siembras, un 86% de estos, si pueden tener acceso a algún financiamiento y solo un 14% no tienen acceso a este, principalmente por la garantía pedida (su parcela o terreno de siembra) no está a su nombre o no es suyo.

20. ¿Estaría dispuesto a solicitar un crédito para implementar mejoras en su cultivo?

# de productores	Respuesta
3	Si
45	No



El 94% de los productores que no tiene los recursos económicos no esta dispuesto a solicitar un crédito y solo un 6% de estos, si estaría dispuesto a solicitarlo.

1.9 Cuadro resumen de la oferta exportable del plátano.

Tabla #12

Tipo de productor	# Productores encuestados	# Manzanas plátano enano (1)	Rendimiento (promedio por manzana) (2)	% de plátano calidad exportable (3)	Total plátanos calidad "A" (4)=(2x3)	Total oferta exportable (1x4)
Pequeño	19	122	40,000	20	8,000	976,000
Mediano	59	1,015	50,000	60	30,000	30,450,000
Grande	137	3,157	56,000	90	50,400	159,112,800
Total	215	4,294				190,538,800*

Fuente: elaboración propia

Los datos presentes en el cuadro corresponden al total de productores de plátanos encuestados en Rivas y sus municipios (columna 2) que están dispuestos a vender sus productos agrícolas (plátanos) con tal de recibir un mejor pago por ellos. Luego se presenta el total de manzanas (de plátano enano) que poseen estos productores y el promedio de unidades que obtienen (columnas 3 y 4). Ya que del promedio por manzanas no todas las unidades calificarían como exportables. En las columnas 5 y 6 se presenta el porcentaje estimado (según los mismos productores) y las unidades reales que si serian aptas para su exportación. En la última columna se presenta el total estimado de plátanos calidad exportable por tipo de productor encuestado dispuesto a vender a la nueva empresa agro-exportadora. Esto es por cada ciclo agrícola, pero, la siembra es de forma escalonada. De tal manera que, se asegura el total del producto por todo el año (190, 538, 800 unidades anuales).

A continuación se presenta un detalle de la oferta exportable si se asegurara la compra de plátanos con los productores arriba mencionados.

Por lo general la exportación de plátanos se hace en contenedores refrigerados de 40 pies cúbicos (40`´). El promedio de cajas por contenedor es de 900. El promedio de unidades por caja es de 55 plátanos o dedos calidad "A" (9-9.5 pulgadas c/u). Por tanto si multiplicamos el número de unidades por caja por el número total de cajas en cada contenedor tenemos:

Promedio de unidades por contenedor: 49, 500 unidades

Total de contenedores exportables= 190, 538, 800/ 49, 500

Total de contenedores exportables = 3,849 contenedores aproximadamente en el ciclo agrícola.

Es decir, $3,849/12= 320$ contenedores mensuales aproximadamente.

Esta es la oferta exportable (320 cont. X Mes) según los análisis y resultados de las encuestas a los productores dispuestos a hacer negocio con la nueva empresa agro-exportadora. Pero, para efectos de nuestro Estudio solo se trabajara con un 6.25% del total de contenedores exportables, es decir, un promedio de 240 contenedores anuales ó 20 contenedores mensuales dado el enorme volumen de producción presentado por los productores. Con esta cantidad la empresa exportadora cubrirá el 76.9% de la demanda real presentada en la tabla #11 (Demandas reales de plátano en el mercado de Miami). El valor (240 contenedores) en lo sucesivo, específicamente en el Estudio Financiero, es el utilizado como referencia de nuestra oferta exportable.

*El total de la oferta exportable es el estimado en el periodo de producción (desde la siembra hasta la cosecha) el cual se da en un periodo de 12 a 14 meses. Los productores cortan los plátanos de forma escalonada durante todo el año. En el análisis financiero se trabajará con 20 contenedores mensuales, es decir, un 6.25% como oferta exportable

.1.10 Análisis de las exportaciones nicaragüenses de plátanos frescos versus la demanda de Estados Unidos.

A continuación se presenta una proyección (estimaciones) para el año 2010 en base al crecimiento continuo de las exportaciones de plátano nicaragüense hacia el mercado de Estados Unidos y el porcentaje de participación de dichas exportaciones en el nivel de las importaciones del país del norte en el mismo año.

Tabla #13

País/Año	2008	2009	2010 (Proyecciones)
E.E.U.U			
Cant. Importada/Mundo (Toneladas)	4261, 243	4431, 693	4608,960
Tasa Crecimiento (%)	4	4	4
Nicaragua			
Cant. Exportada/USA (Toneladas)	8,766	9,350	9,973
Tasa Crecimiento (%)	6.66	6.66	6.66
Diferencia	4252,477	4422,343	4598,987
% de participación	0.21	0.21	0.22

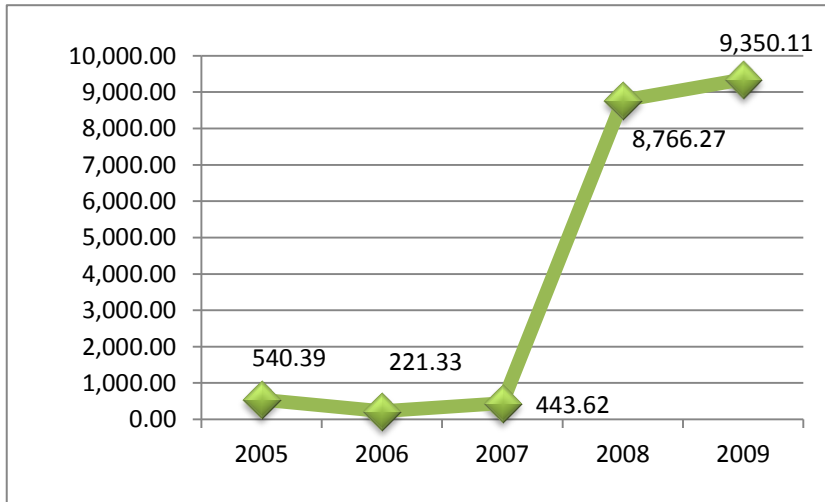
Fuente: Elaboración propia

En el año 2009, las importaciones de plátano fresco (SAC: 080300) en los Estados Unidos sumaron unos US\$ 344,114, 000. El crecimiento histórico reportado en las importaciones ha sido en los últimos años el equivalente a un 4% anual.

Proyectando un crecimiento de las importaciones en base al histórico, la demanda para el año 2010 se estimaría en unas 4, 608,960 toneladas. Por su parte, las exportaciones nicaragüenses han crecido en los últimos 5 años de forma gradual ver gráfico #4. En el año 2009 se exportó hacia los Estados Unidos el equivalente a unas 9350.11 toneladas, es decir, las exportaciones desde

Nicaragua al país norteamericano sumaron un 0.21 % de las importaciones mundiales en ese país (menos del 1% del total de las importaciones).

Gráfico #4 CANTIDADES EXPORTADAS DE PLÁTANO NICARAGÜENSE HACIA ESTADOS UNIDOS



Fuente: CEDOC-MIFIC, en base a información de la DGA.

Si se exporta en un crecimiento igual o mayor al registrado en el periodo 2008/2009, es decir, como mínimo un 6.66% en 2010 tendríamos unas 9,973 toneladas. El equivalente a un aumento de 623 toneladas. Aunque parezca poco, esto corresponde a un incremento de unos 692 contenedores más en el año. Unos 11 millones de dólares. Lo que representaría un 0.22% de las importaciones proyectadas en el mercado de Estados Unidos en 2010. Es tan grande la demanda de plátano fresco en el mercado de los estados unidos que nuestro crecimiento histórico representaría apenas un 0.01% con respecto al 2009.

Si se lograra crear la empresa exportadora y comercializar en el mercado de Estados Unidos los 240 contenedores anuales de plátanos fresco (oferta exportable pág. #51), esta cantidad equivaldría al 34.68% del crecimiento esperado o bien 240 contenedores adicionales al crecimiento estimado.



2.1 Presentación del producto.

Definición

El maní (*Arachis hypogaea*) también conocido como cacahuate o cacahuete, es una planta de la familia de las leguminosas originaria de la región andina del noroeste de Argentina y Bolivia. Su cultivo se viene realizando desde épocas remotas; se cree fueron los conquistadores portugueses y españoles quienes introdujeron el maní en África y Europa. En África se difundió con rapidez, siendo esta oleaginosa un alimento básico de la dieta de numerosos países, razón por la cual algunos autores sitúan el origen del maní en este continente.

Principales zonas de cultivo.

El Maní ha sido cultivado en Nicaragua desde el final de la década de los 70s. Su gran mayoría es sembrada en León y Chinandega, al oeste del país. Actualmente se siembran dos cosechas al año. Una en la época lluviosa, que se siembra en julio y es cosechada en noviembre, y la otra con riego que se siembra en enero y se cosecha en abril. La variedad Runner se convirtió en el más dominante en Nicaragua, debido a la introducción en los años 70s de la variedad conocida como Florunner, la cual fue responsable del espectacular incremento en el rendimiento del maní.

Calidad:

El maní descascarado se clasifica normalmente por su tamaño.

Los calibres del maní son:

- | | |
|---------|-------------------------------|
| * 38/42 | * 60/80 |
| * 40/50 | * 80/100 |
| * 50/60 | * Split maní cortado mitades. |

El producto de más alta calidad, tiene una vaina de color crema brillante (Variedad Virginia). Las vainas con cáscara más oscura se conocen como vaina natural.

Durabilidad:

La durabilidad del rubro es de hasta 8 meses en cuartos fríos, guardado en lotes para ser comercializado. Dura un mes más, ya puesto en el medio de transporte hacia su destino.

Tipos de productores:

Históricamente, la actividad manisera en la región ha sido dinamizada por los siguientes grupos de productores según tecnologías y áreas cultivadas:

Un primer estrato que comprende a los productores que cultivan maní en áreas menores a las 50 manzanas, alquilan tierras y maquinarias en su mayoría. El financiamiento lo obtienen de las empresas acopiadoras o exportadoras. Estos productores manejan sus propias fincas y no están integrados a la industria ni al comercio, y tienen poco o ningún conocimiento sobre precios.

Un segundo estrato se constituye por productores de maní que siembran entre las 50 y 200 manzanas con prácticas más tecnificadas, utilizando insumos y semilla mejorada nacional, poseen maquinaria propia, y tienen acceso a crédito tanto de empresas privadas acopiadoras y/o exportadoras como de la banca formal. Poseen conocimientos sobre manejo del cultivo, cuentan con asistencia técnica privada, en otras palabras reciben asesoría de parte de la empresa acopiadora para la mejora de sus cultivos y no están integrados a la industria ni al comercio interno y externo, aunque tienen conocimiento de precios y mercados.

Finalmente están los productores que poseen más de 200 manzanas cultivadas de maní, estos hacen uso de semilla mejorada y certificada importada, las tierras y maquinarias son propias, y tienen acceso al crédito de la banca privada.

Estos productores tienen conocimiento sobre manejo del cultivo de forma profesional, cuentan con asistencia técnica privada, llevan control de los costos de producción, y tienen conocimiento de precios y mercados internacionales. Su

tamaño, volumen producido e integración con la industria y la comercialización interna y externa, les proporciona gran poder de negociación comercial.

Para el presente año, el incremento de la producción de maní y la expectativa de crecimiento de las exportaciones para algunos destinos ya establecidos como USA, México, Canadá y Australia, lo perfilan hoy en día como uno de los rubros de mayor crecimiento en el sector agropecuario nacional. Actualmente, las exportaciones de maní se dirigen a Estados Unidos, México, Canadá, Inglaterra, y Australia.

2.2 Clasificación aduanera

De acuerdo a la clasificación del **Sistema Arancelario Centroamericano** (SAC), la exportación de plátanos se hará con la partida arancelaria 120220 que es la que se refiere a la exportación de maní sin cascara

Tabla #14. Clasificación del Sistema Arancelario Centroamericano del maní.

Código	Descripción
120210	Maní con Cáscara
120220	Maní sin Cáscara
1202201000	Maní para siembra
1202209000	Otros

2.3 Demanda Nacional

En Nicaragua la mayor parte de la producción nacional de maní se exporta y un 20% se deja para consumo interno en usos tales como: Maní gratinado, crudo y picante, crudo y simple, en snack, como complemento medicinal, etc. El Promedio de consumo per cápita de maní en Nicaragua es de 0.78 Kg por persona, para los años 2008 y 2009*.

*Ficha Maní 2009. DPCE-MIFIC

Los usos comestibles del maní son los siguientes (Cadena Agroindustrial maní 2009 IICA Nicaragua):

Extracción para aceite, mantequilla, harina, leche y subproductos, bocadillos. Tostado (pelado o con su cáscara), azucarado en forma de garrapiñadas, turrónes y pralinés.

Como golosina, ya sea confitado o recubierto de chocolate; o dentro de tabletas y barras de éste último.

Es además uno de los componentes principales de las picadas consumidas en bares y restaurantes, siendo frecuentemente servido acompañando a la cerveza. La semilla se consume de distintas maneras: confitado, frito sin cáscara, con y sin sal y frito con toda la cáscara (roja y exterior). De la manera tostada se vende con la sub cáscara roja y también sin cáscara. Se confita con caramelo y es de color rojo por el colorante rojo natural de la cáscara.

De la cáscara. La cáscara puede ser utilizada en la construcción de paredes de yeso, material para encender el fuego y como alimento para ganado y gatos.

2.3.1 Precios nacionales

En cuanto al precio del maní a nivel nacional pagados al productor en finca, en el año 2009 se mantuvo en promedio a C\$380 el quintal, pero a marzo de este año (2010) el precio de maní bajó a C\$280, esto debido a la sobreproducción de maní en el ciclo agrícola 09/10. Cabe mencionar que este maní está puesto en el campo, el cual lleva material extraño como tierra, piedras, palos etc. Luego se le hace la prueba de humedad para ser pasado a pre limpieza.

2.3.2 Comportamiento de las exportaciones nicaragüenses.

Tabla #15. Balanza comercial del maní, 2005-2009(miles)

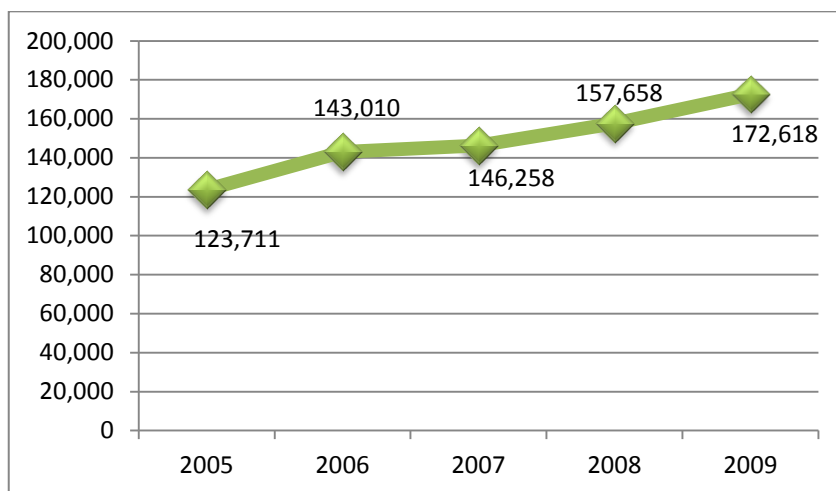
Año	Total Exportaciones Valor FOB (US\$)	Total Importaciones Valor CIF (US\$)	Saldo Comercial
2005	39,725.07	266.35	39,458.72
2006	43,626.78	262.15	43,364.64
2007	42,495.47	291.82	42,203.65
2008	56,031.40	150.06	55,881.34
2009	90,241.68	635.15	89,606.53
Total	272,120.40	1,605.52	270,514.87

Fuente: CEDOC-MIFIC, en base a información de la DGA.

La tabla #15 refleja el comportamiento que han venido teniendo las exportaciones e importaciones del maní en Nicaragua en estos últimos 5 años. Como se observa el saldo comercial ha sido positivo (mayores las exportaciones a las importaciones). En el año 2009 tanto las exportaciones como las importaciones crecieron significativamente en un 61.06% y un 323.26% respectivamente. Cabe mencionar, que el aumento de las importaciones de maní, es la importación de semilla mejorada (US\$ 268,036.80) que sirve para la siembra, de la cual se obtienen mejores rendimiento por manzanas.

2.3.3 Comportamiento de las exportaciones por cantidades exportadas.

Gráfico #5. Exportaciones de maní, 2005-2009 (Toneladas)



Fuente: CEDOC-MIFIC, en base a información de la DGA

Como se puede observar en el gráfico 5, las exportaciones han venido creciendo en los últimos cinco años. El crecimiento en las exportaciones en el periodo 2005-2009 es de un promedio de 8.79%.

En el 2009 las exportaciones crecieron en un 9.49% con respecto al 2008. Los precios internacionales de maní cedieron a la baja, debido a una sobreproducción mundial; lo que también afectó los precios pagados a los productores nacionales.

Según datos del MIFIC/DGA en el primer semestre 2010, las exportaciones de maní sumaron las 85,367 toneladas, es decir, un 49.45% de lo exportado en el 2009; lo que refleja el mismo dinamismo del periodo en estudio. Las expectativas son de un crecimiento gradual tal como lo muestra el gráfico.

2.3.4 Comportamiento de las exportaciones por países importadores.

El análisis del producto en Nicaragua que se presenta a continuación, es para identificar cuáles son los principales países importadores (Destinos) del maní.

En otras palabras, determinar aquellos mercados a los que Nicaragua ya está exportando. A continuación se detallan los principales destinos de las exportaciones de maní en el periodo 2005-2009.

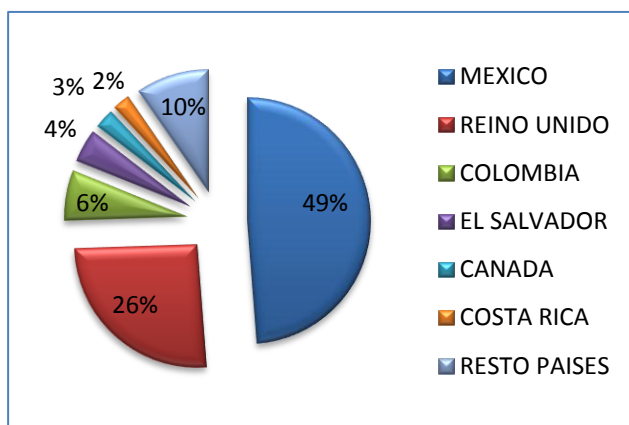
Tabla #16. Exportaciones FOB de maní, por países destinos, 2005-2009

País Destino	2005	2006	2007	2008	2009	% sobre el 2009
	Valor FOB (US\$)	Valor FOB (US\$)	Valor FOB (US\$)	Valor FOB (US\$)	Valor FOB (US\$)	
Con Cáscara:						
COSTA RICA	152,764.00	231,248.00	106,860.00	129,361.00	89,443.70	0.10
EL SALVADOR	15,857.00	19,580.00	40.00	35,481.50	1,780.00	0.00
GUATEMALA	1,373.64	34,326.72	8,431.73	17,392.28	52,345.93	0.06
HONDURAS	2,100.00	0.00	3,440.00	0.00	1,004.00	0.00
Sin Cáscara incluso quebrantados:						
AUSTRALIA	1304,320.00	17,200.00	46,178.00	0.00	1354,005.00	1.50
AUSTRIA	65,120.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
BELGICA	0.00	20,445.91	0.00	0.00	0.00	0.00
CANADA	764,644.50	543,499.00	432,510.70	850,164.00	2364,075.00	2.62
CHILE	0.00	11,540.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CHINA(TAIWAN)	0.00	0.00	0.00	0.00	82,716.00	0.09
COLOMBIA	738,363.80	1287,570.30	1863,379.00	2541,770.00	5917,200.90	6.56
COSTA RICA	1160,254.40	1214,490.20	1426,527.00	1559,303.17	1987,659.33	2.20
DOMINICANA REPUBLICA	0.00	0.00	49,140.00	117,600.00	64,240.00	0.07
EL SALVADOR	2365,409.94	3491,400.41	3381,452.58	3194,068.88	3964,481.64	4.39
ESTADOS UNIDOS	0.00	84,810.00	0.00	3.00	40,195.30	0.04
GAMBIA	0.00	0.00	6,000.00	0.00	0.00	0.00
GUATEMALA	793,377.62	818,799.93	827,669.72	1169,533.36	1587,362.64	1.76
HOLANDA	0.00	28,080.00	0.00	56,020.00	0.00	0.00
HONDURAS	236,544.19	372,110.93	318,263.23	589,269.60	640,058.80	0.71
HONG KONG				0.00	17,220.00	0.02
LITUANIA	0.00	29,200.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MÉXICO	21898,824.64	23789,756.30	20743,463.58	30310,895.99	44009,897.64	48.77
NEP	0.00	0.00	0.00	27,500.00	1,800.00	0.00
PANAMA	450,412.50	393,765.00	468,755.00	566,112.50	975,358.00	1.08
POLONIA	0.00	0.00	220,966.00	1009,964.00	1678,724.00	1.86
REINO UNIDO	8515,416.00	9732,145.24	10554,679.00	12642,577.00	23201,032.00	25.71
RUSIA	0.00	0.00	0.00	211,200.00	1649,274.00	1.83
TRINIDAD Y TOBAGO	0.00	14,220.00	0.00	0.00	0.00	0.00
VENEZUELA	1260,283.30	1492,595.60	2037,711.00	1003,187.00	561,804.00	0.62
TOTAL	39725,065.53	43626,783.54	42495,466.54	56031,403.28	90241,677.88	100.00

Fuente: CEDOC-MIFIC, en base a información de la DGA.

La tabla #16 muestra los principales países compradores de maní nicaragüense del 2005 al 2009. Las exportaciones por países destinos contemplan todas las sub-partidas de la partida 1202 (maní). Las exportaciones de maní con cáscara (para siembra) son a países de la región centroamericana. La mayoría de las exportaciones (99.84%) es maní sin cáscara utilizado en diversas industrias, vendido a diferentes países del mundo.

Gráfico #6. Principales países compradores de maní nicaragüense, 2009



Como primer destino de las exportaciones de maní sin cáscara destaca México con 48.77% del total exportado en 2008, luego Reino Unido con 25.71%, Colombia con 6.56% y el Salvador con 4.39%. Estos 4 países fueron

nuestros mayores compradores. El principal socio comercial, en la actualidad, del maní sin cáscara es México, el cual es un importante productor de maní. Realiza importaciones de maní para procesarlo industrialmente y reexportarlo con nuevo valor agregado. Entre otros países destinos tenemos a Canadá y Costa Rica.

2.4 Mercado Internacional.

2.4.1 Comportamiento de exportaciones por principales países vendedores.

La principal competencia en el ámbito mundial se puede determinar identificando los principales países exportadores de maní. A continuación, los 25 principales países exportadores de maní, en el periodo de 2007-2009.

Tabla #17 Principales países exportadores de maní por valor de exportaciones, 2007-2009.

Lista de los exportadores para el producto (Maní)					
Unidad : Dólar EUA miles					
Exportadores	valor exportada en 2007	valor exportada en 2008	valor exportada en 2009	% sobre el 2009	% Crecimiento 2008-2009
China	185,332.00	210,572.00	232,221.00	17.78	10.28
EEUU	133,043.00	165,404.00	198,593.00	15.20	20.07
India	132,977.00	194,615.00	275,497.00	21.09	41.56
'Argentina	119,343.00	171,555.00	180,890.00	13.85	5.44
Países Bajos	87,334.00	121,355.00	124,806.00	9.55	2.84
'Nicaragua	38,995.00	55,849.00	92,109.00	7.05	64.93
'Brasil	25,369.00	25,373.00	50,586.00	3.87	99.37
'Vietnam	10,017.00	30,295.00	6,346.00	0.49	-79.05
'Uzbekistán	9,906.00	10,332.00	6,210.00	0.48	-39.90
'Malawi	7,884.00	8,261.00	3,157.00	0.24	-61.78
Sudáfrica	7,432.00	6,653.00	14,978.00	1.15	125.13
'Singapur	6,376.00	6,682.00	7,353.00	0.56	10.04
'Bélgica	5,905.00	6,457.00	9,530.00	0.73	47.59
'Gambia	5,500.00	1,068.00	758.00	0.06	-29.03
'Paraguay	4,781.00	7,199.00	9,778.00	0.75	35.82
'Tayikistán	3,431.00	2,651.00	3,771.00	0.29	42.25
'Australia	2,464.00	1,007.00	1,573.00	0.12	56.21
'Alemania	2,157.00	1,531.00	4,313.00	0.33	181.71
'Bolivia	1,718.00	2,798.00	260.00	0.02	-90.71
'Malasia	1,694.00	980.00	3,170.00	0.24	223.47
'Francia	1,510.00	2,064.00	4,552.00	0.35	120.54
'Austria	1,266.00	2,064.00	4,552.00	0.35	120.54
'Lituania	1,221.00	1,472.00	1,930.00	0.15	31.11
'Ghana	1,141.00	363.00	37.00	0.00	-89.81
'Grecia	1,135.00	2,623.00	3,041.00	0.23	15.94
Resto del Mundo	19,231.00	60,111.00	66,235.00	5.07	10.19
Total	817,162.00	1099,334.00	1306,246.00	100.00	874.76

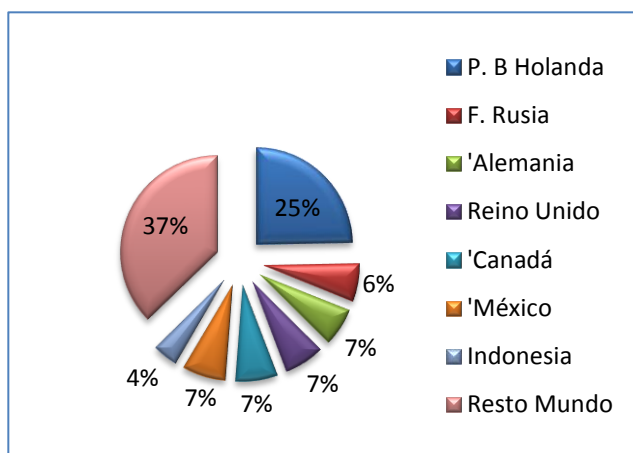
Fuente: Depto. de Documentación/ Centro de Exportación e Inversión CEI.

Como se observa en la tabla #17, el mayor exportador de maní en el año 2009 fue **India** seguida de China, Estados Unidos, Argentina, Holanda, **Nicaragua** y Brasil.

Pero fue, entre ellos, Brasil el país con mayor crecimiento (99.34%), seguido de Nicaragua e India, los cuales aumentaron sus exportaciones con respecto al 2008, en 64.93% y 41.56% respectivamente. Las exportaciones de Nicaragua fueron en mayor valor hacia México y Reino Unido. Pasando, en el caso de México de US\$ 30 millones en el 2008 a US\$ 44 millones en el 2009. Las exportaciones en Reino Unido pasaron de US\$ 12 millones en el 2008 a US\$ 23 millones en el 2009. Otros países por su parte tuvieron mayores tasas de crecimiento, tales como Malasia (223.47%), Alemania (181.71%), Sudáfrica (125.13%), Austria (120.54%) y Francia (120.54%). Pero sus exportaciones son en menor cantidad a los países exportadores netos.

2.4.2 Comportamiento de las importaciones mundiales por principales países compradores.

Gráfico #7 Principales importadores de maní sin cascara a nivel mundial, 2009



(%).

El análisis de esta apartado indica quiénes son los principales países compradores de maní en el mundo. Es importante determinar esto países para identificar mercados potenciales hacia donde dirigir las exportaciones de este producto, ya que un país que

puede resultar interesante como mercado seleccionado, es aquel que importe volúmenes y valores altos del producto de interés y que, a la vez, tenga un porcentaje favorable de crecimiento anual de estas importaciones.

En el gráfico #7 se muestran los siete principales países importadores de maní sin cáscara, a escala mundial, en el año 2009. El primer importador mundial es Holanda (25%) seguido de México, Canadá, Reino Unido, Alemania, Rusia e Indonesia. En la actualidad Nicaragua está exportando hacia todos estos países excepto a Alemania e Indonesia.

Tabla #18. Principales países importadores por valor de importaciones a nivel mundial de maní, 2007-2009.

Importadores	valor importada en 2007	valor importada en 2008	valor importada en 2009	% sobre el 2009	% Crecimiento 2008-2009
Unidad : Dólar EUA miles					
P. B Holanda	200,956.00	246,442.00	419,289.00	24.69	70.14
F. Rusia	67,478.00	77,281.00	107,301.00	6.32	38.85
'Alemania	65,945.00	87,067.00	109,252.00	6.43	25.48
Reino Unido	64,934.00	95,371.00	115,302.00	6.79	20.90
'Canadá	63,680.00	71,825.00	118,253.00	6.96	64.64
'México	62,917.00	93,586.00	123,850.00	7.29	32.34
'Japón	42,519.00	43,262.00	56,379.00	3.32	30.32
'España	30,213.00	37,285.00	19,965.00	1.18	-46.45
'Polonia	26,868.00	35,671.00	13,666.00	0.80	-61.69
'Indonesia	23,116.00	40,973.00	72,264.00	4.26	76.37
'Francia	20,233.00	23,655.00	29,769.00	1.75	25.85
'Argelia	16,668.00	17,478.00	24,331.00	1.43	39.21
'Ucrania	15,924.00	18,127.00	31,369.00	1.85	73.05
'Italia	12,170.00	12,616.00	20,944.00	1.23	66.01
'Bélgica	11,321.00	13,836.00	18,728.00	1.10	35.36
'Grecia	10,836.00	14,997.00	20,193.00	1.19	34.65
'Malasia	10,588.00	13,360.00	18,421.00	1.08	37.88
'Sudáfrica	10,181.00	9,434.00	3,509.00	0.21	-62.80
'Filipinas	10,044.00	5,844.00	5,638.00	0.33	-3.52
'Rumania	9,605.00	8,754.00	13,823.00	0.81	57.90
'Tailandia	9,336.00	10,943.00	17,112.00	1.01	56.37
'Singapur	8,791.00	11,644.00	12,517.00	0.74	7.50
'Australia	8,220.00	15,246.00	17,209.00	1.01	12.88
'Serbia	8,074.00	9,631.00	13,923.00	0.82	44.56
'Noruega	7,786.00	9,959.00	14,226.00	0.84	42.85
Mundo	126,196.00	240,804.00	280,819.00	16.54	16.62
Total	944,599.00	1265,091.00	1698,052.00	100.00	735.24

Fuente: Centro de Exportaciones e Inversiones (CEI).

La tabla #18 muestra el comportamiento de los importadores mundiales (25) de maní sin cáscara durante 2008-2009. Las importaciones en Holanda han crecido

en los últimos tres (3) años, tan solo el año pasado crecieron en un 70.1% con respecto al 2008. **Pero, Nicaragua no exportó hacia país en 2009 (ver tabla 3).** México por su parte, ha mostrado también un crecimiento anual en sus importaciones. En el 2009 creció un 32.3% con respecto al 2008. Las exportaciones de Nicaragua hacia México representaron un 35.53% del total importado en el país Azteca en 2008.

Las importaciones Canadienses también han mostrado un crecimiento anual. En el periodo 2008/2009 crecieron un 64.64%. Las exportaciones de Nicaragua hacia el país del norte han crecido también, en el último año en un 178% llegando a unos 2.3 millones de dólares, es decir, casi un 2% del total importado en Canadá en el año 2009. Lo que significa que es un mercado potencial para Nicaragua.

Reino Unido ha tenido un crecimiento anual de sus importaciones. Es en la actualidad el segundo destino de las exportaciones nicaragüenses de maní sin cáscara. El año pasado creció en un 20.9% con respecto a 2008. Las exportaciones desde nuestro país hacia el país europeo han crecido a lo largo de los últimos, en 2009 crecieron en un 83.51%, llegando unos US\$23 millones con respecto al 2008. Es decir, significaron un 20.12% de las importaciones mundiales en Reino Unido.

Por su parte la Federación Rusa ha aumentado sus importaciones anuales. En 2009 crecieron en un 38.8%. Nicaragua en los últimos 5 años solo ha exportado hacia este país en 2008 y 2009. Con un crecimiento de 680% en 2009 con respecto a 2008. Pero, por ser un nuevo destino de las exportaciones nicaragüenses, representaron solamente un 1.54% de lo importado por el país soviético.

2.5 Análisis de mercados potenciales: México.

Basándose en el análisis de las estadísticas incluidas previamente, dentro de los países que podrían considerarse propios para las exportaciones nicaragüenses de maní sin cáscara destaca México que ha mostrado un crecimiento anual de las importaciones provenientes de Nicaragua y del mundo en términos generales y por su relativa cercanía con Nicaragua. Así mismo que ofrece un ambiente político y económico positivo y estable, sumamente atractivo para las compañías exportadoras nicaragüenses.

Por otro lado es recomendable aprovechar las buenas relaciones comerciales existentes a la fecha como el **Tratado de Libre Comercio Nicaragua-México**.

2.5.1 Intercambio Comercial México- Nicaragua.

La balanza comercial ha sido negativa durante el periodo 2005-2009, aunque en los últimos años se ha notado un repunte de las exportaciones gracias al dinamismo y apoyo del sector exportador del país. Lo que de alguna manera ha contribuido a que el saldo de la balanza comercial vaya disminuyendo como se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla #19 Balanza comercial Nicaragua – México

En US\$ Miles de Dólares			
Año	Exportaciones	Importaciones	Saldo Comercial
2005	39,878.70	164,558.78	-124,680.08
2006	44,004.56	215,742.62	-171,738.06
2007	46,928.23	406,878.39	-359,950.16
2008	57,961.49	464,788.97	-406,827.48
2009	78,900.77	408,287.02	-329,386.25

Fuente: Banco Central de Nicaragua (BCN).

Las exportaciones hacia México han aumentado en los últimos años aprovechando la vigencia del Tratado de Libre Comercio México-Nicaragua (1 de julio de 1998).

El Mercado de México presenta positivas oportunidades en el corto plazo para la actual oferta agroalimentaria de Nicaragua y para desarrollar una oferta

exportable en el corto plazo. Las condiciones agro-ecológicas del país, las evidentes oportunidades comerciales derivadas del Tratado de Libre Comercio y las actuales políticas del gobierno que con el apoyo de diversas entidades internacionales, buscan motivar al sector empresarial nicaragüense en función del crecimiento de las exportaciones no tradicionales a mercados no tradicionales. En el caso del maní es en la actualidad el primer producto de exportación (basado en los valores exportados). El Maní Nicaragüense entra libre de arancel al mercado mexicano a través de este tratado, asimismo el Maní Mexicano a Nicaragua (DAI=0; IVA=0).

2.6 Características del producto a exportar

En base a ficha producto Maní julio 2008 MIFIC se presenta los siguientes requerimientos que debe de tener el producto a exportar.

Estándares de Calidad

- a. Vainas con 2 0 3 semillas, las mejores vainas pesan de 10 a12 onzas. El producto de más alta calidad tiene una vaina de color crema brillante que pertenece a la variedad Virginia, las vainas de color más oscuro se conocen como vaina natural.
- b. El maní deberá estar exento de sabores, olores anormales, de insectos y ácaros vivos.

Calidad: El maní descascarado se clasifica normalmente por su tamaño. La clasificación por cantidades onza es la siguiente:

- ☛ Pequeños: De 60-80 granos
- ☛ Medianos: De 40-60 granos
- ☛ Grandes: De 30-40 granos
- ☛ Muy Grandes: De 20-30 granos.

Control de Calidad

El proceso inicia cuando los productores llevan el maní de campo (traído directamente de los cultivos), para entrar en la fase de “pre-limpieza”, donde se le separan palos, piedras, tierra y un sinnúmero de materiales extraños, de las cuales un 80 por ciento pasa a procesarse y un 20 por ciento son materiales extraños.

Luego de la fase de “pre-limpieza”, se inicia el proceso en las plantas procesadoras, el cual es totalmente mecanizado. El maní, primero pasa a través de máquinas limpiadoras, después en máquinas descascaradoras, posteriormente pasa a máquinas seleccionadoras, las cuales hacen la selección por tamaño.

Después pasa por seleccionadoras electrónicas, que son las encargadas de retirar todo lo que es materia extraña y daños en el producto. Al final el maní pasa por una selección manual.

Después se realizan los análisis finales del maní en el laboratorio, como control de calidad del producto, para lo cual de cada lote se toman muestras para determinar la condiciones del producto final. El análisis químico primordial que se le realiza al maní, es el de platóxina, el cual es un hongo, y dependiendo de su resultado se le almacena. También se le hacen análisis químicos de peróxido y palorácido, también al maní se le realizan análisis físicos como el de porcentaje de daños (leves o graves), porcentaje de almendras manchadas (antes o después de freír) y el de porcentaje de humedad.

Presentación del bien.

A granel en sacos de 100 libras (45.36 Kg.) Para uso industrial o para venta al detalle, aunque varía según el destino. Por ejemplo a México se manda en sacos de nylon de 40 kilos, mientras para el europeo y norteamericano son sacos de yute de 50 kilos.

Estándares de Empaque

- a. Presentaciones comerciales: Sacos de polipropileno de 45.45 kilos de capacidad.
- b. Estándares y Clasificación: Granos pequeños entre 60-100 granos/onza.
Granos medianos entre 40-60 granos/onza.

Etiquetado

En la etiqueta lo que lleva es el nombre de la empresa exportadora, el numero de proceso, numero de lote, fecha del proceso, peso neto y el calibre del maní.

Transporte.

Se utilizan contenedores de carga seca de 40 pies con capacidad de 20–25 TM. Normalmente la modalidad de transporte terrestre se utiliza para enviar el producto a países de la región como México y Centroamérica.

2.7 Precios Internacionales del maní

Al mes de Julio 2009, el precio promedio internacional del Maní registró U\$583.36 dólar por tonelada corta, observándose incremento del 4.5% con respecto al obtenido en el mes de Mayo, que mostró US\$558.36 dólar por Tonelada Corta (ver tabla #20). Para efecto de nuestro Estudio este es el precio utilizado en el Estudio Financiero (U\$583.36).

Tabla #20 Comportamiento de precios internacionales. US\$/tonelada corta.

Fecha	Runner	Spanish	Valencia	Virginia	Promedio
2/1/2008	358.43	346.61	357.86	357.86	355.19
6/2/2008	368.43	356.61	367.86	367.86	365.19
3/4/2008	363.43	351.61	362.86	362.86	360.19
1/5/2008	373.43	361.61	372.86	372.86	370.19
5/6/2008	373.43	361.61	372.86	372.86	370.19
3/7/2008	382.43	370.61	381.86	381.86	379.19
7/8/2008	410.19	402.61	410.32	410.32	408.36
4/9/2008	410.19	402.61	410.32	410.32	408.36
2/10/2008	410.19	402.61	410.32	410.32	408.36
6/11/2008	430.19	422.61	430.32	430.32	428.36
4/12/2008	442.19	434.61	442.32	442.32	440.36
2/1/2009	442.19	434.61	442.32	442.32	440.36
5/2/2009	452.19	444.61	452.32	452.32	450.36
4/3/2009	475.19	467.61	475.32	475.32	473.36
1/4/2009	475.19	467.61	475.32	475.32	473.36
6/5/2009	560.19	552.61	560.32	560.32	558.36
3/6/2009	585.19	577.61	585.32	585.32	583.36
1/7/2009	585.19	577.61	585.32	585.32	583.36

Fuente: USDA

2.7.1 Demandas reales de maní en el mercado de México

De la base de datos del Centro de Exportaciones e Inversiones (CEI- Nicaragua) se presenta la siguiente lista de las empresas importadoras de plátano en Miami-USA y las cantidades solicitadas. Estas empresas hacen sus solicitudes al COMTRADE (Base de Datos de comercio exterior de la cual es parte el CEI).

Tabla #21 Demandas reales de maní en el mercado de México

Empresa	País/Destino	Cantidad (Contenedor 40')	Producto	Intervalo (Todo el año)	Total Mes
Dist. La Rosa	México	20	maní	Mensual	20
Goya	México	2	maní	Semanal	8
Snicker's	México	2	maní	Semanal	8
Total de contenedores plátano demandados:					36

Fuente: Centro de Exportaciones e Inversiones (CEI)

Para mayor información de los contactos de compradores de maní en el mercado de México y otros países ver el **Anexo#1 Contactos comerciales para la exportación de maní.**

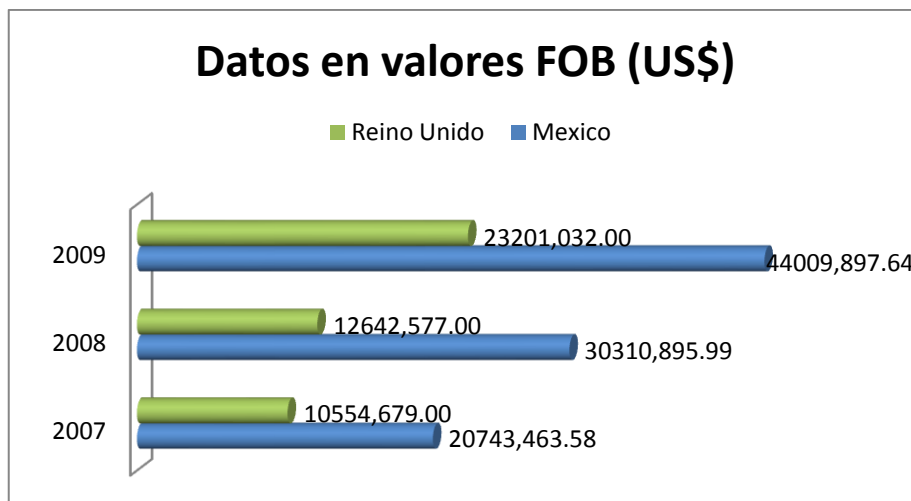
2.8 Oportunidades de exportación.

Como principal socio comercial de la región tenemos a México. En el caso de la demanda internacional del Maní, Europa es el mayor importador de maní. Entre estos países están Italia, Alemania, Reino Unido, Suiza, Francia. Otro mercado es el asiático principalmente países como Indonesia y Malasia.

Estos mercados resultan atractivos para los países exportadores de maní que ofrecen calidad y maní sin presencia de aflatoxina. Los productores de maní deben aprovechar el incremento registrado de las importaciones en México y Reino Unido y resto de los países que están importando el rubro, México nuestro principal comprador alcanzó una tasa de crecimiento de 32.34% y Reino Unido un 20.90% en el año 2009 .Ver Gráfico.

2.8.1 Comportamiento de las importaciones de maní (México y Reino Unido)

Gráfico #8. Exportaciones de maní nicaragüense hacia México y Reino Unido, 2008



Las exportaciones hacia México y Reino Unido aumentaron en 2009 con respecto al año 2007. En el 2009, México importó un valor de compra de más de US\$ 44 millones y Reino Unido US\$ 23 millones. Estos 2 países son los mayores compradores del rubro en Nicaragua.

2.9 Análisis de la producción Nacional.

En el análisis de la oferta, se realizó como instrumento de información la encuesta. La cual se le hizo a los productores de maní en los departamentos de León y Chinandega (**Anexo #2**). En la actualidad según datos del MAGFOR, en León hay unos 28 maniseros (productores del rubro), clasificados en pequeños, medianos y grandes productores. Cabe mencionar que estos productores venden el maní a una empresa que lo exporta.

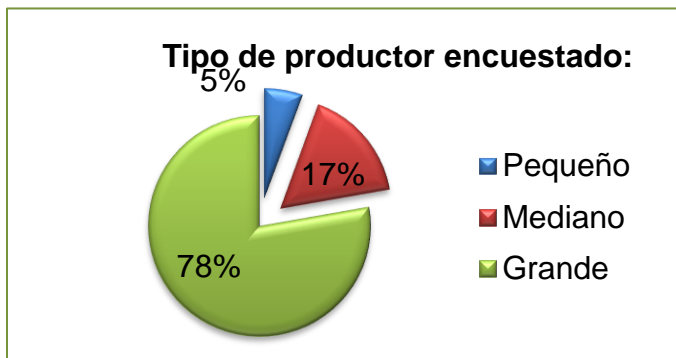
Por su parte en Chinandega según datos del MAGFOR en la actualidad existen 69 productores de maní (aproximadamente) clasificados en medianos y grandes. Estos productores también venden en los centros de acopio de una empresa para luego ser exportado. Los productores de maní se encuentran localizados principalmente en la Región II del País (Chinandega y León), y en menor número en la región IV (Masaya, Granada, Carazo y Rivas).

A continuación, los resultados de estas encuestas. Primeramente los resultados de las encuestas a los productores de León y luego a los Chinandega.

Resultados de las encuestas a los productores de maní del departamento de León.

En las encuestas se trabajó clasificando al productor en base al número de manzanas que posee, recursos financieros y tecnología de siembra. Lo que nos permitió clasificarlos de la siguiente manera:

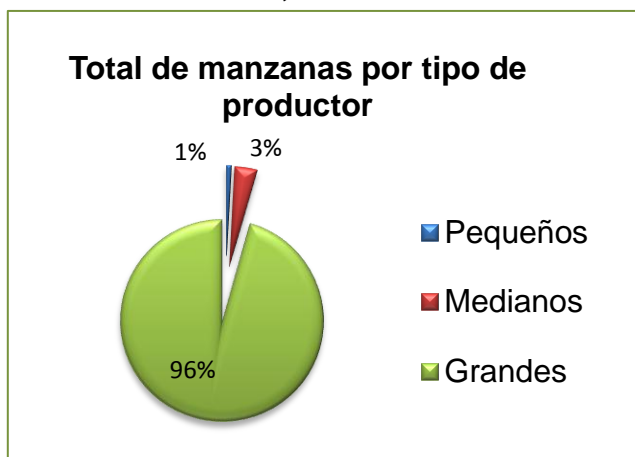
Tipo de Productor	# Manzanas	Total
Pequeño	0—30	1
Mediano	31—120	3
Grande	121--+	14
		18



En la actualidad, hay 28 productores aproximadamente de maní, pero la encuesta se realizó a 18 de ellos (75%) de los cuales la mayoría son grandes productores.

1. ¿Cuántas manzanas posee?

Tipo	Manzanas (Σ)
Pequeños	30
Medianos	135
Grandes	3,600
	3,765

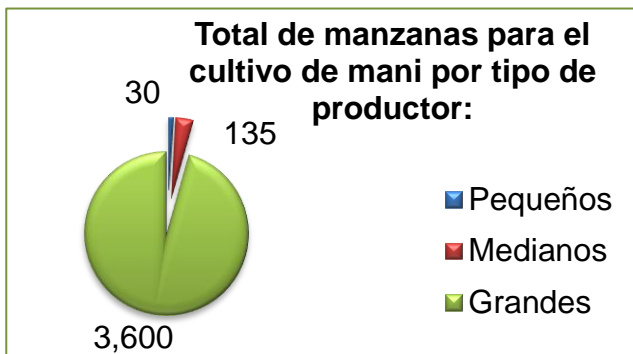


Los 18 productores de maní encuestados, poseen en total 3,765 manzanas. De las cuales el mayor número está en manos de los grandes productores (96% de producción de maní), El 3% los medianos y el 1% los pequeños productores.

2. Cuantas de manzanas ocupa para el cultivo del maní.

Tipo	Manzanas (Σ)	%
Pequeños	30	100.00
Medianos	135	100.00
Grandes	<u>3,600</u>	100.00

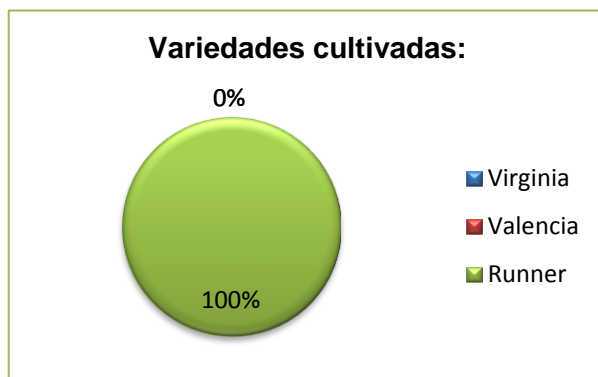
3,765.00



Los productores ocupan el 100% de todas las manzanas que ellos poseen para el cultivo del maní. Aunque también entre ellas se encuentran arboles frutales entre otros, alrededor del maní, los cuales sirven para la

división entre cultivos o manzanas de tierra, otros para sombra y de consumo doméstico.

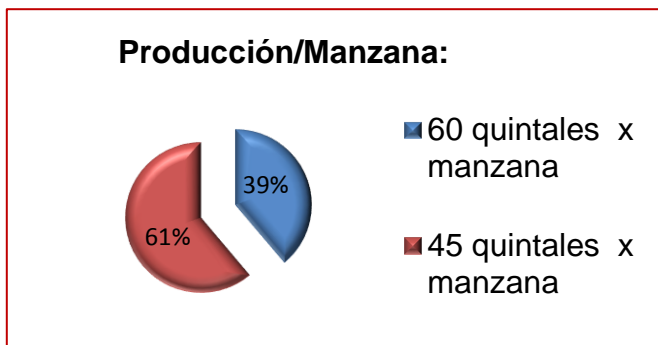
3. ¿Qué tipo de variedad siembra?



En su totalidad, todos los productores encuestados (18) respondieron que la variedad de maní que siembran es la variedad Runner.

4. ¿Cuánto es la producción por manzana?

# Productor	Rendimiento x manzana
7	60 quintales
11	45 quintales

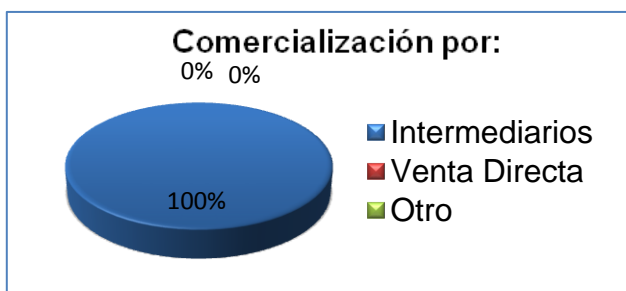


En esta cosecha (ciclo agrícola 2008/2009) el 39% de los productores obtuvieron un rendimiento de 60 quintales por manzana y el 61% de productores obtuvieron un rendimiento de 45 quintales por

manzana. Siendo los grandes productores los que obtuvieron el mejor rendimiento por manzana. Este rendimiento varia de un ciclo a otro por las condiciones que se den tales como el clima, suelo, plagas, semilla y entre otros problemas.

5. ¿Cómo comercializa su producto?

Tipo	Cantidad de Productores
Intermediarios	18
Venta Directa	0
Otros	0



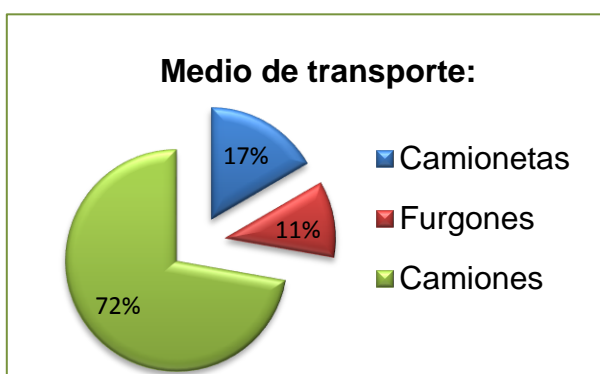
Ninguno de los productores encuestados en León exporta. Ellos le venden su producto (maní) a centros de acopio, es hasta allí donde llega su comercialización.

Venden al centro de acopio en donde tienen contratos. El 28% de los encuestados comercializan venden el maní en finca porque no cuentan con medios de transporte (camiones), estos son los pequeños productores, aunque

en ocasiones y por motivos de venta tienen que buscar cómo llevarlos. El resto de los productores lleva el maní hasta las instalaciones de los centros de acopio más cercanas.

6. ¿Qué tipo de transporte utiliza para la comercialización?

No. de Productores	Transporte
3	Camionetas
2	Furgones
13	Camiones

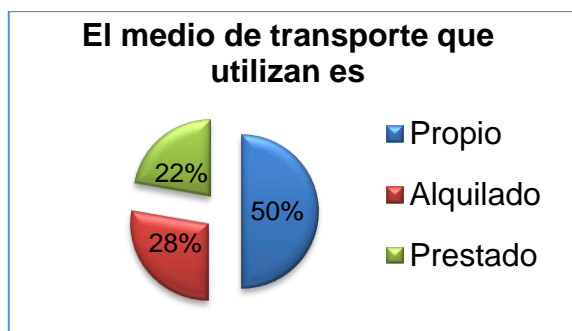


Los productores encuestados transportan el producto al centro de acopio que queda en Telica, para luego ser trasladado a la planta que lo procesa para ser exportado. El 17% lo transporta en camionetas, el 11% en furgones, y el 72 % en camiones.

Todos llevan el maní hasta Telica, donde lo comercializan. Ellos no lo llevan hasta la planta de proceso.

7. Este medio de transporte es:

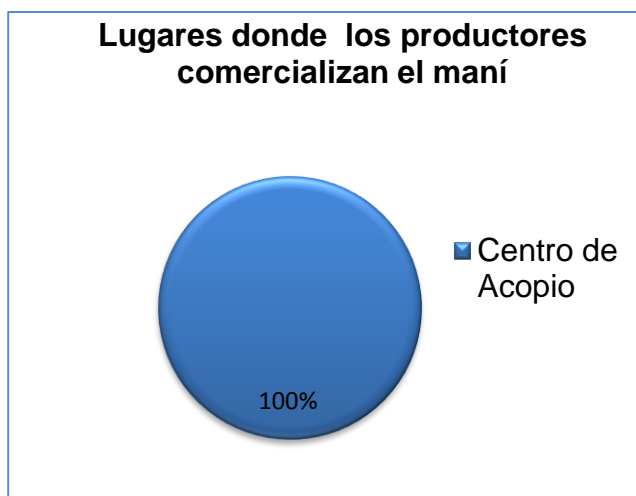
No. De Productores	Transporte
9	Propio
5	Alquilado
4	Prestado



El 50% de los productores cuentan con un medio de transporte propio. En cambio los demás tienen que pagar para trasladar el maní al centro de acopio.

8. Donde comercializa su producto:

No. De Productores	Tipo
18	Centro de Acopio
0	Mercados
0	Otros

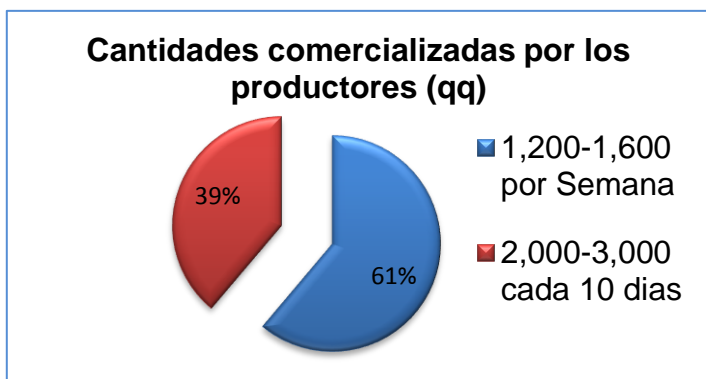


Todos los productores encuestados de León comercializan el maní al interior del país. La única empresa que lo exporta es Cukra Industrial S, A la cual tiene contratos con los productores, los cuales no exportan. Cabe mencionar que existe un monopolio en esta ciudad solo hay dos

procesadoras de maní, propiedad de la misma empresa, que son las que aglomeran a los productores de esta región de occidente.

9. ¿Qué cantidades comercializa?

Cantidad de Productores	Cantidad
11	1,200 - 1,600 por Semana
7	2,000 - 3,000 cada 10 días



De los 18 productores, 11 de ellos opinan que el rendimiento por manzana varía en su totalidad, pero, que comercializan de 1,200 a 1,600 quintales por semana en el ciclo que dura 3 meses.

Los otros 7 productores contestaron que según las condiciones en que se encuentre el terreno el rendimiento en la tierra es de unos 60 quintales por manzanas. Pero estos comercializan su producto cada 8 ó 10 días, y lo que transportan para su comercialización anda de 2,000 a 3,000 quintales. Los productores tienen conciencia que su producto (maní) es exportado o vendido a lo interno del país.

10. ¿Le vendería su producto a una empresa nacional para que se lo exporten?

Cantidad de Productores	Respuesta
18	SÍ
0	NO



El 100% de los encuestados contestó que sí le vendería sus productos a una empresa nacional para ser exportados porque ya lo están haciendo. La única forma de cambiarse a otra empresa nacional sería si le pagarán mejor el quintal de maní cuando lo llevan al centro de acopio y

les diesen más beneficios de los que ya tienen (financiamiento, asesoría técnica, semilla mejorada, entre otros).

11. Recibe algún tipo de asistencia técnica.

El 100% de los encuestados contestó que no recibe ningún tipo asistencia técnica, “es un asesoramiento el que se nos da en cuanto a plaga y al cuidado en la siembra del cultivo, según lo estipulado en el contrato”.

La asistencia al cultivo es por medio de la experiencia de los productores. La empresa con quien tienen contratos los dirige o guía en el control de las plagas, que es uno de los problemas más frecuentes. El MAGFOR les facilita semilla mejorada. No pagan por el asesoramiento, eso lo incluye el contrato.

12. Están dispuestos a recibir algún tipo de capacitación o asesoramiento técnico para el mejoramiento de sus cultivos.

Cantidad de Productores	Respuesta
3	SÍ
15	NO



3 productores (17%) contestaron que sí pero muy dudosamente porque dichas capacitaciones no son de su interés dado que confían en la experiencia de los años como productores. Mientras que el 83% contestó rotundamente que no porque les basta con su

conocimiento empírico.

13. Estaría de acuerdo en invertir para las mejoras a los cultivos

Los 18 encuestados (100%) respondieron que sí

14. Tiene los recursos financieros para las mejoras de los cultivos

Productores	Respuesta
5	Si
13	No



13 Productores contestaron que no poseen los recursos económicos para el mejoramiento de los cultivos y el resto (28%) de los productores sí. Los que dijeron que no es porque sacaron muy pocas ganancias en este ciclo agrícola, además que tienen que

pagar los créditos o deudas que tienen, que contrajeron para resolver los problemas que por lo general hay en los cultivos a la hora de la siembra, y otros gastos en general.

Si el productor responde que no tiene los recursos:

14.1 Puede tener acceso a algún tipo de financiamiento de instituciones bancarias.

Todos los 13 productores encuestados respondieron que si pueden conseguir financiamiento, porque pueden poner en garantía las tierras que poseen.

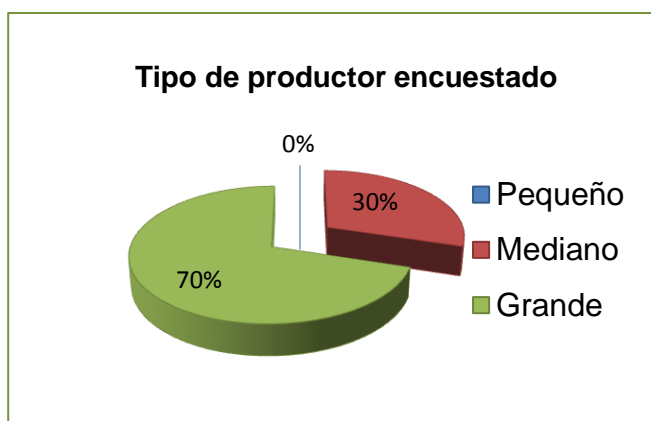
14.2 Estaría dispuesto a solicitar un crédito para la implementación de mejoras en sus cultivos

Los 13 productores contestaron que sí, pero dudosamente

Encuestas realizada a los productores de maní en Chinandega

En las encuestas se trabajó clasificando al productor en base al número de manzanas que posee, recursos financieros y tecnología de siembra. Lo que nos permitió clasificarlos de la siguiente manera:

Tipo de Productor	# Manzanas	Total
Pequeño	1—19	0
Mediano	20—99	11
Grande	100--+	26
		<hr/>
		37

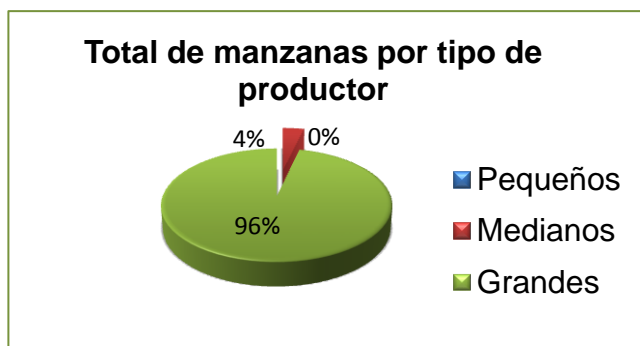


Los productores encuestados en el departamento de Chinandega se clasifican en medianos (30%) y grandes productores (70%). En la actualidad existen aproximadamente 69 productores de maní en todo el departamento,

los encuestados sumaron el 54%.

1. ¿Cuántas manzanas posee?

Tipo	Manzanas (Σ)
Pequeños	0
Medianos	1,980
Grandes	15,600
	17,580

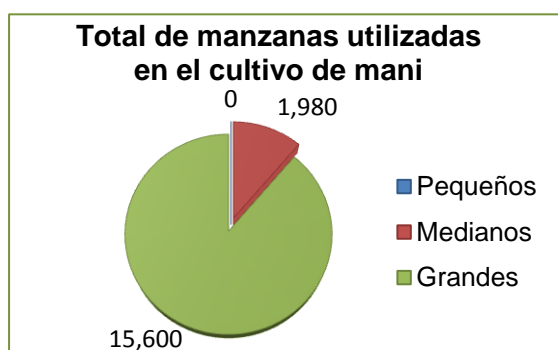


El total de manzanas que suman los productores encuestados son 17,580. De este total en su mayoría es para siembra de maní. Aunque siembran entre otras cosas ajonjolí, plátano, Guineos (bananos) Etc., pero estos no cubren (en muchos

casos) ni un sola manzana. Se cultivan para aprovechar la tierra que no es apta para la siembra del maní. Los medianos tienen el 4% del total de manzanas y el 96% los grandes.

2. ¿Cuántas de estas manzanas ocupa para el cultivo del maní?

Tipo	Manzanas (Σ)	%
Pequeños	0	0.00
Medianos	1,980	100.00
Grandes	15,600	100.00
	17,580	

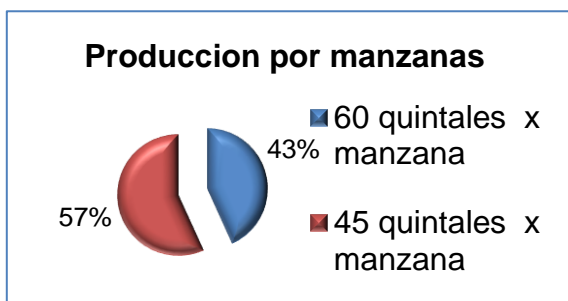


Los encuestados utilizan las tierras que poseen para el cultivo del maní. Este es el rubro de mayor demanda en el sitio. Todos los demás productores de la zona quieren sembrarlo. Es seguido por el ajonjolí

en menor escala. Pero, los 37 productores encuestados ocupan el 100% de sus tierras para el cultivo del maní.

3. ¿Cuánto es la producción por manzana?

Productor	Rendimiento por manzana
16	60 quintales
21	45 quintales

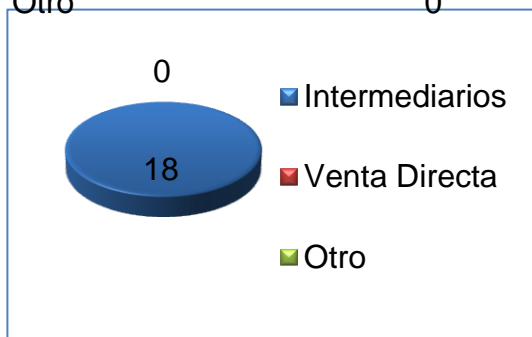


El rendimiento por manzana se da según las condiciones del terreno, clima y tipo de semilla. De los encuestados 21 contestaron que su rendimiento es de un promedio de 45 quintales y los otros 16 productores contestaron que su rendimiento fue de

60 quintales por manzana. Este año rendimiento promedio, en general, fue de 50 quintales por manzana debido a que en algunos caso la plaga atacó el cultivo 2 veces.

4. ¿Como comercializa su producto?

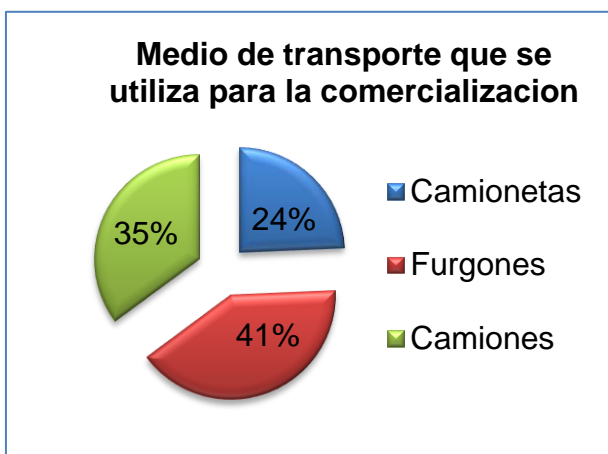
Tipo	Cantidad de Productores
Intermediarios	37
Venta Directa	0
Otro	0



Todos los productores encuestados venden el maní a intermediarios. La venta del producto la realizan en los centros de acopio con los cuales tienen contratos.

5. ¿Utiliza algún tipo de transporte para la comercialización?

No. De Productores	Trasporte
9	Camionetas
15	Furgones
13	Camiones
<hr/>	
37	

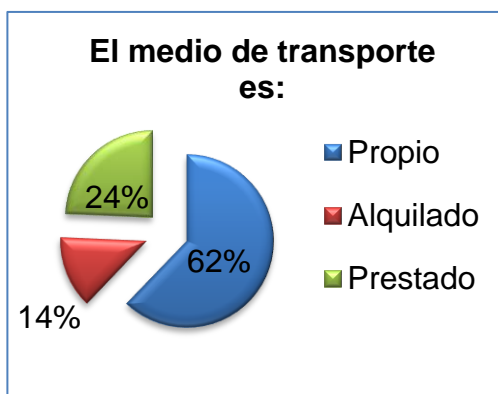


Todos los productores de una u otra manera llevan el maní hasta los centros de acopio. Los productores que trasladan el maní en camionetas (24%) lo hacen debido a que les queda más cerca el centro de acopio en donde lo comercializan. En cambio aquellos cuyas fincas están más distantes ocupan furgones (41%) o camiones

(35%).

6. El medio de transporte que utiliza es:

No. De Productores	Trasporte
23	Propio
5	Alquilado
9	Prestado
<hr/>	
37	

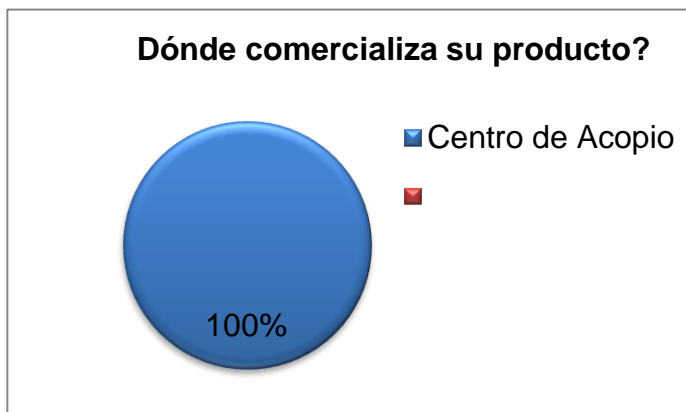


El medio de transporte que utilizan la mayoría de los productores es propio. Son 9 los que poseen camionetas, 10 productores camiones y 4 poseen furgones lo que suman 23 productores con transporte propio. El resto de ellos lo alquila (62%) o pide prestado (24%).

7. Dónde comercializa su producto

No. De Productores	Tipo
37	Centro de Acopio

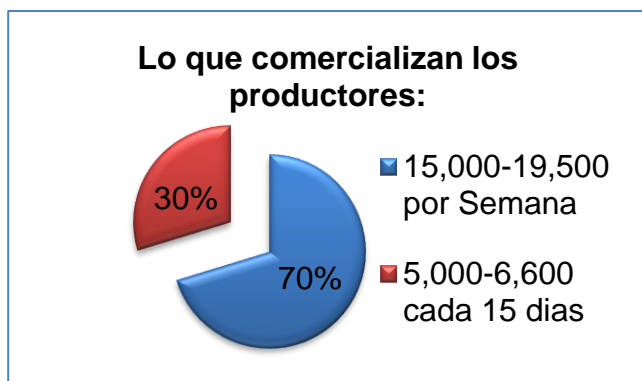
Todos Los productores de maní comercializan su producto al interior del país, en el centro de acopio que les quede más cerca y con el que tienen contrato. Ellos lo cultivan, cuidan, recogen venden a los centros de acopio. Allí se encargan de procesarlo o



enviarlos a plantas de procesamiento, para luego exportarlos.

8. ¿Qué cantidades comercializa?

Número de Productores	Cantidad (qq)	Producción (%)
26	15,000-19,500 por Semana	100
11	5,000-6,600 cada 15 días	100
37		



Las cantidades que comercializan los productores dependen del rendimiento por manzana. El 70% de los encuestados vende de 15,000 a 19,500 quintales semanales

durante el ciclo de cosecha (3 meses), y el otro 30% vende de 5,000 a 6,600 quintales durante el mismo periodo.

Ya que no exporta:

9. Le vendería sus productos a una empresa nacional para ser exportado

Cantidad de Productores	Respuesta
37	SÍ
0	NO



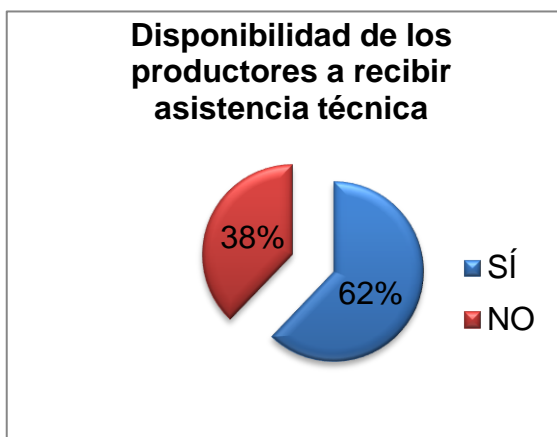
Los 37 productores encuestados (100%) respondieron que sí le venderían su producto a otra empresa, en la cual tuvieran mejores beneficios en sus contratos.

10. Recibe algún tipo de asistencia técnica.

Los 37 productores de maní encuestados contestaron que no reciben ningún tipo asistencia. Lo que se recibe de parte de la empresa con la que tienen contratos son asesoría de cómo tratar el producto cuando se da el ciclo de siembra, cuidado y cosecha del maní. Nosotros y el cuidado que le damos nosotros según la experiencia que tenemos en el campo y los años que tenemos de esta en este negocio del cultivo del maní. Solo trabajamos con contratos.

11. Esta dispuesto a recibir algún tipo de capacitación o asesoramiento técnico para el mejoramiento de sus cultivos.

Cantidad de Productores	Respuesta
23	SÍ
14	NO
37	

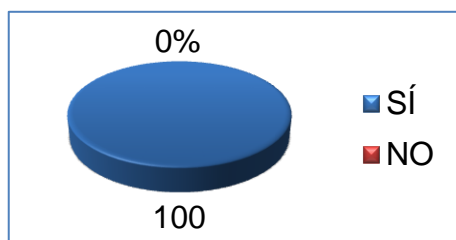


El 62% de los encuestados está interesado en recibir capacitación para el mejoramiento de los cultivos. El resto no está interesado porque basta con la experiencia adquirida para saber qué pasa con los cultivos de maní. Los productores que están interesados en la asistencia técnica pagarían por esa

capacitación.

12. Estaría de acuerdo en invertir para las mejoras a los cultivos

Cantidad de Productores	Respuesta
37	SÍ
0	NO



Los 37 productores encuestados (100%) contestaron que sí están dispuestos a invertir en las mejoras de sus cultivos debido a que quieren tener un mayor rendimiento al de este

año. Aunque este año hubo una sobre siembra.

13. Tiene los recursos financieros para las mejoras de los cultivos.

Cantidad de Productores	Respuesta
23	NO
14	SÍ
<hr/> 37	



El 38% de los productores encuestados tienen los recursos para implementar mejoras en sus cultivos, pero no están dispuestos a solicitar ningún tipo de préstamos ya que salieron de ese tipo de deudas y no quieren volver a otras.

El 62% restante no tiene en la actualidad los recursos económicos debido a tienen préstamos y contratos serios que cumplir en este ciclo de producción.

Cabe mencionar que los productores encuestados siempre han tenido contratos con **COMASA** y uno que otro con **CUKRA INDUSTRIAL S,A**. Con los cuales también tienen deudas que pagar mediante préstamos que estas empresas les hacen a los productores tales como semilla, abonos, control de plagas (plaguicidas), todo depende del contrato que tenga el productor con estas empresas.

2.10 Cuadro resumen de la oferta exportable del maní.

Departamento: León

Tabla #22

Tipo de productor	# Productor	# Manzanas
Pequeño	1	30
Mediano	3	135
Grande	14	3,600
Total	18	3,765

En base a las encuestas realizadas a los productores de maní del departamento de León y sus municipios maniseros tenemos un total de 18 productores dispuestos a vender sus cosechas a la nueva empresa agro-exportadora. Ellos obtienen un promedio de 50 quintales por manzanas en cada ciclo agrícola. Por tanto, tenemos un total de 188,250 quintales de maní de campo. De los cuales, se obtiene el 80% como maní descascarado o apto para la exportación. Es decir 150,600 quintales de maní para exportación.

La exportación del maní, por lo general, se hace en contenedores de carga seca de 40 pies cúbicos (40``). En cada contenedor alcanzan en promedio 450 quintales, por tanto si dividimos el total maní descascarado entre la capacidad de exportación de cada contenedor tenemos:

$150,600 / 450 = 335$ contenedores aproximadamente en el ciclo agrícola.

Departamento: Chinandega.

Tabla #23

Tipo de productor	# Productor	# Manzanas
Pequeño	0	0
Mediano	11	1,980
Grande	26	15,600
Total	37	17,580

En base a las encuestas realizadas a los productores de maní del departamento de Chinandega y sus municipios maniseros tenemos un total de 37 productores dispuestos a vender sus cosechas a la nueva empresa agro-exportadora. Ellos obtienen un promedio de 50 quintales por manzanas en cada ciclo agrícola. Por tanto, tenemos un total de 879, 000 quintales de maní de campo. De los cuales, se obtiene el 80% como maní descascarado o apto para la exportación. Es decir 703,200 quintales de maní para exportación.

La exportación del maní, por lo general, se hace en contenedores de carga seca de 40 pies cúbicos (40``). En cada contenedor alcanzan en promedio 450 quintales, por tanto si dividimos el total maní descascarado entre la capacidad de exportación de cada contenedor tenemos:

$703,200 / 450 = 1,563$ contenedores aproximadamente en el ciclo agrícola.

Ahora bien, estos totales en León y Chinandega implican que los productores terminen los contratos con las empresas actualmente firmantes y contraigan compromisos con la nueva empresa. De tal manera, que entre los productores encuestados de León y Chinandega tenemos:

Sumatoria de León y Chinandega:

León: 335 contenedores al año

Chinandega: 1,563 contenedores al año

1,898 C/año

Actualmente estos productores encuestados tienen compromisos a largo plazo con las empresas KUKRA INDUSTRIAL o COMASA. Si los productores cumplieran con los contratos firmados en un 80% de su producción y el resto (20%) pudieran venderle a la empresa exportadora entonces esto significaría:

$1,898 \times 0,20 = 380$ contenedores al año (aproximadamente).

Es decir $380 / 12 = 32$ contenedores al mes (aproximadamente). Este valor (380 contenedores) en lo sucesivo, específicamente en el Estudio Financiero, es el utilizado como referencia de nuestra oferta exportable. Con esta cantidad la empresa exportadora cubrirá el 88% de la demanda real presentada en la tabla #21 (Demandas reales de maní en el mercado de México).

2.11. Análisis de las exportaciones nicaragüenses de maní versus la demanda de México.

A continuación se presenta una proyección (estimaciones) para el año 2010 en base al crecimiento continuo de las exportaciones de maní nicaragüense hacia el mercado de México y el porcentaje de participación de dichas exportaciones en el nivel de las importaciones del país del norte en el mismo año

Partida 120210: Cacahuates o maníes, crudos, con cáscara.

Tabla #24

Partida 120210			
País/Año	2008	2009	2010 (Proyecciones)
México			
Cant. Importada/Mundo (Toneladas)	19,061	19,443	19,832
Tasa Crecimiento (%)	2		2
Nicaragua			
Cant. Exportada/México (Toneladas)	0	0	0
Tasa Crecimiento (%)	0.00		0.00
Diferencia	19,061	19,443	19,832
% de participación	0.00	0.00	0.00

Las exportaciones nicaragüenses, de la partida 120210, hacia México en los últimos 5 años (2005-2009) han sido nulas, según las estadísticas del MIFIC-DGA. Las exportaciones de este tipo de maní se han hecho hacia otros mercados, principalmente a la región centroamericana. Las importaciones mexicanas de este tipo de maní provienen en un 100% de los Estados Unidos ya que este país es un proveedor mundial de semilla mejorada y certificada para la siembra.

Tabla #25 Partida 120220: Cacahuates o maníes, crudos, sin cáscara, incluso quebrantados.

Partida 120220			
País/Año	2008	2009	2010 (Proyecciones)
México			
Cant. Importada/Mundo (Toneladas)	171,303	191,859	214,882
Tasa Crecimiento (%)	12		12
Nicaragua			
Cant. Exportada/México (Toneladas)	85,338	85,100	90,478
Tasa Crecimiento (%)	6.32		6.32
Diferencia	85,965	106,759	124,404
% de participación	49.82	44.36	42.11

Según estadísticas del Banco de México, en el año 2009 las importaciones de maní sin cáscara sumaron las 191, 859 toneladas a un precio promedio de US\$1, 120 c/ton. Las importaciones en México han registrado un crecimiento anual promedio de 12% entre el periodo 2005-2009. La tasa de crecimiento en el periodo 2008-2009 fue de un 12%. Por su parte, las importaciones nicaragüenses, según el mismo banco, promedian un 32% del total durante el periodo 2005-2009. Las exportaciones de Nicaragua con destino el mercado de México en el año 2009, sumaron un 48.77% del total exportado.

El mercado mexicano es el principal destino de las exportaciones nicaragüenses de maní descascarado. El crecimiento hacia ese mercado refleja en el periodo 2008-2009 una disminución en las cantidades exportadas de 0.28% (228 toneladas menos), esto en base a las estadísticas del MIFIC-DGA. Las expectativas para este año 2010 son optimistas. Las exportaciones se estiman hacia este mercado en unas 90, 478 toneladas (en base a la fluctuación histórica). Dado que el crecimiento anual de la demanda (12%) de maní descascarado en México es mayor al nivel de nuestras exportaciones (6,32%) para este año nuestro nivel de participación en las importaciones en México disminuirían. Llegando a alcanzar un 42.11% del total de las importaciones mexicanas de maní descascarado.



ESTUDIO DE MERCADO YUCA

“Estudio de pre-factibilidad para la creación de una empresa que comercialice al exterior Plátano, Maní y Yuca”

3.1 Presentación del producto.

Definición

La Yuca también conocida como cassava o mandioca es una planta de la familia de las euforbiáceas y se clasifica entre los cultivos de raíces y tubérculos. Propia de los países tropicales, se considera nativa de Suramérica.

Es un cultivo perenne con alta producción de raíces reservantes, como fuente de carbohidratos y follajes para la elaboración de harinas con alto porcentaje de proteínas. Las características de la planta permiten su total utilización, el tallo (estacón) para su propagación vegetativa, sus hojas para producir harinas y las raíces para el consumo en fresco o la agroindustria o la exportación.

La producción de yuca se realiza durante todo el año. Para la exportación se recomienda sembrar de marzo a mayo en variedades donde el ciclo es de 8 meses, a fin de obtener la cosecha a finales de año o inicio del siguiente, donde existe mayor oportunidad comercial. Se puede obtener una densidad de plantas de 8,500 a 10,000 plantas por hectárea. La época de plantación recomendada es al inicio del período de lluvias.

Estudios de rendimientos realizados por el INTA (Instituto Nicaragüense de Tecnología Agraria) en la zona del Atlántico Sur (Nueva Guinea), revelan que las variedades algodón, valencia y pata de paloma fueron las que obtuvieron mejores en rendimiento con 23.5 t/ha, 20.20 t/ha y 16.90 t/ha respectivamente y adecuadas para el transporte hacia los mercados internacionales debido a que soportan el manejo durante el traslado y son aptas para el consumo humano.

Principales zonas de cultivo

La yuca en Nicaragua tradicionalmente se siembra en las regiones II, IV, V, RAAN y RAAS. En la IV región las zonas de mayor importancia se ubican en el departamento de Masaya. En el departamento de León en la faja del volcán Cerro Negro (El Tololar, Lechecuagos y Chacraseca), Telica y la Paz Centro. En

Chinandega principalmente en el municipio de Chichigalpa y en la RAAS destaca Nueva Guinea, así como la zona de El Rama.

Las variedades que mayormente se están sembrando en Nicaragua según las zonas agroecológicas son las siguientes:

Tabla #26. Variedades de yuca que se cultivan en Nicaragua

PACIFICO SUR	PACIFICO NORTE	CENTRO SUR
Pochota	Pochota	Algodón
Ceiba	Valencia	Valencia
Masaya	Masaya	Masaya
	Leonesa	Campeona
		Paloma
		Arbolito

Fuente: Guía MIP del cultivo de la yuca/INTA

3.2 Clasificación aduanera.

De acuerdo a la clasificación del **Sistema Arancelario Centroamericano** (SAC), la exportación de Yuca se hará con la partida arancelaria **0714.10.00.10**, la cual se refiere a la exportación de plátanos frescos (ver tabla #27).

Tabla #27. Clasificación del Sistema Arancelario Centroamericano de la yuca.

	Códigos SAC	Descripción
Sector raíces y tubérculos	0714.10.00.10	Raíces de yuca (mandioca)
	0714.90.20.00	Ñame
	0714.90.30.10	Quequisque
	0714.90.90.00	Otros (jengibre)

3.3 Demanda nacional

En Nicaragua, la yuca es considerada uno de los productos estrellas de exportación y se siembran unas 20,000 hectáreas de este cultivo, el 70% se siembra en el municipio de Nueva Guinea y el 30% restante en las zonas de Masaya y León (chacraseca, lechecuagos y el tololar) principalmente. Los principales usos de la yuca son los siguientes:

- Para la exportación como producto fresco (congelada y parafinada) a los mercados de Estados Unidos, Puerto Rico, Honduras, El Salvador y Costa Rica.
- Para el consumo nacional como verdura fresca (cocida y en sopas), platos típicos, postres, etc.
- Para la obtención de almidón y harina (pequeñas industrias).
- Utilizada como materia prima, para la elaboración de concentrados para la alimentación de animales (aves y porcinos).

3.3.1 Precios nacionales

De acuerdo a los precios nacionales en finca durante el 2009 y el primer semestre de 2010, se observa en el gráfico¹, que el aumento en los precios se da en los primeros meses del año, luego un descenso a mediados y finalmente otro repunte en los últimos meses. Esto debido a una mayor demanda en el último trimestre. En el año 2009, el precio promedio del quintal de yuca pagado al productor en finca fue de C\$ 123.08, mientras que en el primer semestre de 2010, fue de C\$182.43. El mayor precio pagado en el 2008 fue en diciembre con C\$240 y en el primer semestre del año 2010 fue en mayo también con C\$240.

Tabla #28. Precios pagados al productor agropecuario en finca.

Enero 2009- Junio 2010 (Córdobas/Saco de 120 lbs.)

Mes	2009	2010
Enero	94	190
Febrero	80	186.67
Marzo	90	240
Abril	78	166.67
Mayo	60	191.25
Junio	62.25	120
Julio	150	—
Agosto	97.5	—
Septiembre	120	—
Octubre	225	—
Noviembre	180	—
Diciembre	240	—
Promedio	123.06	182.43

Fuente: Sistema de Precios y Mercados Agropecuarios (SIGMA). MAG-FOR. 2010

3.3.2 Comportamiento de las exportaciones nicaragüenses.

Tabla #29. Balanza comercial de la yuca, 2005-2009.

Año	Total Exportaciones FOB (U\$)	Total Importaciones CIF (U\$)	Saldo Comercial
2005	553,193.60	23,452.78	529,740.82
2006	745,635.82	32,206.60	713,429.22
2007	601,848.32	15,920.09	585,928.23
2008	573,841.62	14,051.93	559,789.69
2009	1462,646.27	38,116.86	1424,529.41
TOTAL	3937,165.63	123,748.26	3813,417.37

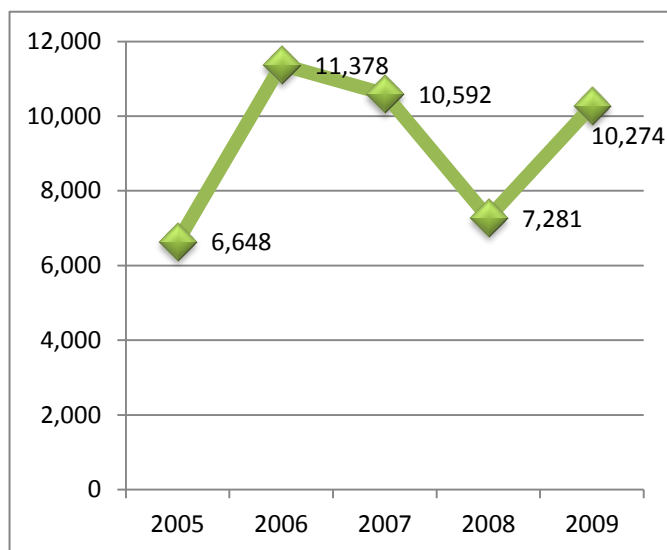
Fuente: Centro de Documentación (CEDOC-MIFIC), en base a información de la DGA.

En la tabla anterior, se analizan las exportaciones e importaciones de la partida **0714.10.00.10** (Raíces de Yuca), durante cinco años, del 2005 al 2009.

Según los resultados, se puede observar que son mayores las exportaciones que las importaciones, es decir, el saldo comercial ha sido positivo. Las exportaciones han venido creciendo a lo largo de los años en estudio, y tan solo en la primera mitad del año 2010 ya se ha exportado 51.56% con respecto a lo exportado en el 2009. Esto como reflejo del dinamismo que vienen teniendo las exportaciones de productos no tradicionales hacia mercados emergentes o el aprovechamiento de relaciones bilaterales o multilaterales como los TLC's o Acuerdos Comerciales. En el caso de las importaciones son en su mayoría procedentes de Costa Rica que se distribuyen a nivel nacional, principalmente a través de los supermercados (o cadenas de supermercados), lo que afecta la situación de los precios de la oferta local.

3.3.3 Comportamiento de las exportaciones por cantidades exportadas.

Gráfico #9. Exportaciones de Yuca, 2005-2009 (Toneladas)



Como se puede observar, las exportaciones (en cantidades) han sufrido variaciones en los últimos 5 años. El año con mayores exportaciones de yuca fue el 2006, luego se dio un periodo de bajas para posteriormente volver al alza.

Fuente: Sistema de Precios y Mercados Agropecuarios (SIGMA). MAG-FOR. 2010

En lo que va del año, según estadísticas del MIFIC y DGA, las exportaciones en toneladas, de enero a junio 2010 son de 6, 398; lo que representa más de la mitad del total exportado en el 2009. El descenso en las cantidades exportadas en 2007 en comparación al 2006, no debe considerarse negativo, ya que si se

compara las exportaciones en términos monetarios en estos mismos años (Tabla #29) podemos observar que son mayores las exportaciones en 2007 a las del 2006, lo que se traduce en mejores precios pagados por caja de yuca exportada. El descenso en el año 2008, se debió a problemas en la producción nacional de yuca y a la opción de exportar otros tipos de raíces y tubérculos como el quequisque y la malanga. Ya en el 2009, las exportaciones de yuca crecieron principalmente -aprovechando el DR-CAFTA- hacia al mercado de Estados Unidos.

3.3.4 Comportamiento de las exportaciones por países importadores.

El análisis del producto en Nicaragua que se presenta a continuación, es para identificar cuáles son los principales países importadores (Destinos) de la Yuca. En otras palabras, determinar aquellos mercados a los que Nicaragua ya está exportando.

Tabla #30. Exportaciones FOB de yuca, por países destinos, 2005-2009

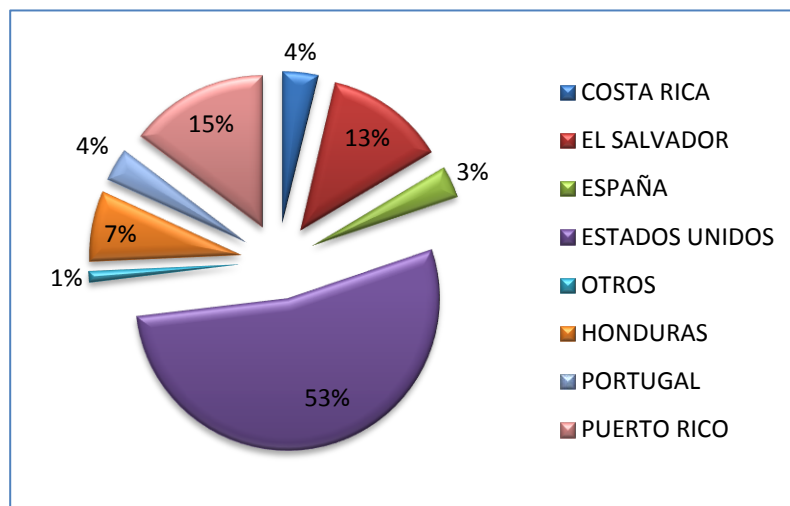
PAIS DESTINO	EXPORTACIONES FOB					
	2005 Valor (US\$)	2006 Valor (US\$)	2007 Valor (US\$)	2008 Valor (US\$)	2009 Valor (US\$)	% sobre Total 2008
CANADA	-	-	426.00	-	8,844.00	0.60
COSTA RICA	5,746.50	8,642.50	-	-	53,235.03	3.64
EL SALVADOR	118,385.60	113,150.17	204,017.40	157,344.00	186,572.88	12.76
ESPAÑA	-	-	-	660.00	50,163.00	3.43
ESTADOS UNIDOS	54,181.00	213,225.15	34,838.81	321,096.12	779,796.65	53.31
FRANCIA	-	-	4,365.00	5.00	8,467.20	0.58
GUATEMALA	-	-	1.00	-	-	-
HONDURAS	331,488.00	359,458.00	355,800.11	69,761.50	108,027.20	7.39
PORTUGAL	-	-	-	-	51,750.00	3.54
PUERTO RICO	43,392.50	51,160.00	2,400.00	24,975.00	215,790.31	14.75
TOTAL	553,193.60	745,635.82	601,848.32	573,841.62	1462,646.27	100.00

Fuente: CEDOC-MIFIC, en base a información de la DGA.

Los principales compradores de la yuca de exportación para el período en estudio son: Honduras, Puerto Rico, El Salvador y Estados Unidos. Siendo el

mercado americano el primer consumidor de yuca nicaragüense (62.54% en el 2009) seguido de Puerto Rico (17.31%) Ver gráfico 10. Mientras que otros países como Costa Rica no son compradores frecuentes, ya que es mas bien un exportador neto, e inclusive es uno de los primeros 5 países exportadores de yuca del Mundo.

Gráfico #10. Principales países compradores de yuca nicaragüense, 2005-2009



Es preciso destacar que aunque las estadísticas reflejen un crecimiento en las exportaciones nicaragüenses en los últimos años hacia Honduras y El Salvador, estos países no son grandes

compradores o consumidores de yuca (es utilizada como materia prima de frituras o snack), lo que permite concluir que por circunstancias coyunturales de mercado como el DR-CAFTA, es el mercado de Estados Unidos, el principal mercado potencial para la yuca.

3.4 Mercado Internacional

3.4.1 Comportamiento de exportaciones por principales países vendedores.

La principal competencia en el ámbito mundial se puede determinar identificando los países exportadores de yuca. La tabla a continuación identifica estos países competidores basados en datos estadísticos de exportaciones mundiales al 2009.

Tabla #31. Principales países exportadores de yuca por valor de exportaciones, 2007-2009.

Lista de los exportadores para el producto seleccionado (Yuca)					
Unidad : Dólar EUA miles					
Exportadores	valor exportada en 2007	valor exportada en 2008	valor exportada en 2009	% Total Importaciones Mundiales 2007	% Crecimiento 2008-2009
1 'Tailandia	456,034	558,347	480,266	55.49	-13.98
2 'China	92,936	88,638	99,211	11.46	11.93
3 'Costa Rica	60,304	68,549	95,200	11.00	38.88
4 Estados Unidos	36,256	43,928	56,518	6.53	28.66
5 'Indonesia	21,199	37,971	27,700	3.20	-27.05
6 'Jamaica	18,850	19,309	25,095	2.90	29.97
7 'Panamá	9,175	13,259	14,498	1.68	9.34
8 'Bélgica	2,884	24,325	13,349	1.54	-45.12
9 'Francia	8,627	15,445	10,622	1.23	-31.23
10 'Brasil	7,119	7,524	9,353	1.08	24.31
11 'México	7,461	7,785	8,528	0.99	9.54
12 'Colombia	1,732	1,286	4,485	0.52	248.76
13 'Reino Unido	3,186	3,763	3,462	0.40	-8.00
14 'Alemania	544	1,047	1,992	0.23	90.26
15 'Filipinas	1,154	1,585	1,754	0.20	10.66
16 'Sudáfrica	323	798	1,627	0.19	103.88
17 'Malasia	1,159	1,322	1,599	0.18	20.95
18 'India	519	734	1,487	0.17	102.59
19 'Nicaragua	602	574	1,462	0.17	154.70
37 'Guatemala	112	69	106	0.01	53.62
RESTO MUNDO	268,093	386,077	7,179	0.83	-98.14
TOTAL	998,269	1282,335	865,493	100.00	-32.51

Fuente: Depto. de Documentación/ Centro de Exportación e Inversión CEI.

Para el caso de la yuca, los principales exportadores a nivel mundial en el 2009, de acuerdo a la tabla anterior son Tailandia, China, Costa Rica y Estados Unidos. Seguidos de Indonesia y Jamaica. Según estos resultados, Tailandia en el 2009 exportó un 55.49% del total mundial; China exportó un 11.46% del total mundial y creció sus exportaciones en un 11.93%, mientras que Costa Rica aumentó sus

exportaciones en un 38.38%, situándose en el tercer exportador mundial de yuca en el 2009 con el 11% del total. En el caso de China ocupa la yuca como materia prima en el desarrollo de biocombustibles. Sus principales proveedores son países asiáticos como Tailandia e Indonesia.

Las exportaciones mundiales de yuca nicaragüense representaron el 0.17%, pero se triplicaron con respecto a lo exportado en el 2008.

Dentro del área centroamericana, Costa Rica se destaca como un importante exportador a nivel mundial. Otro país exportador es Panamá, que junto a Nicaragua, Guatemala y Costa Rica, representan el 12.86% de las exportaciones mundiales.

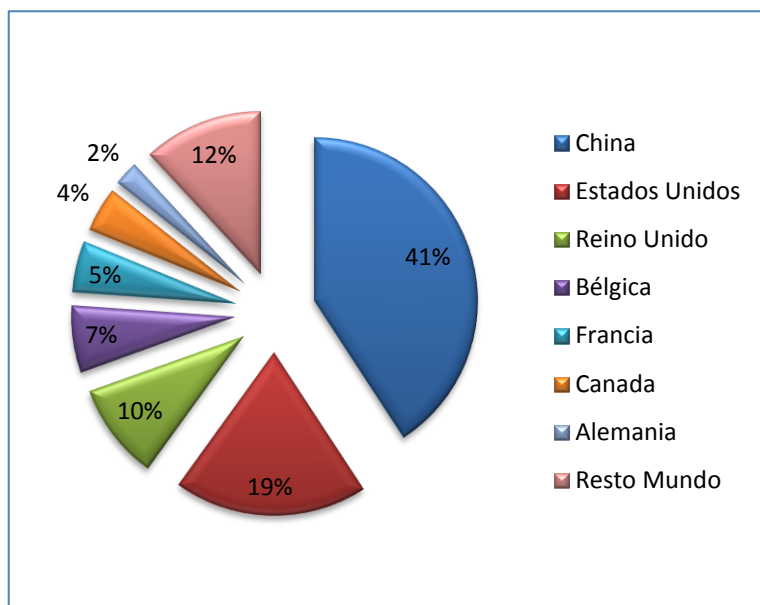
Otros países latinoamericanos como Colombia y México también han venido teniendo un aumento comercial en sus exportaciones de yuca. En 2009, Colombia, aumentó sus exportaciones en casi un 250%, con respecto al 2008. Mientras que México en un constante crecimiento aumentó sus exportaciones en un 9.54% también con respecto al año 2008.

3.4.2 Comportamiento de las importaciones mundiales por principales países compradores.

El análisis de esta apartado indica quiénes son los principales países compradores de yuca en el mundo. Es importante determinar esto países para identificar mercados potenciales hacia donde dirigir las exportaciones de este producto, ya que un país que puede resultar interesante como mercado seleccionado, es aquel que importe volúmenes y valores altos del producto de interés y que, a la vez, tenga un porcentaje favorable de crecimiento anual de estas importaciones.

Los datos en los cuales se basa este análisis, han sido obtenidos del Centro de Exportaciones e Inversiones (CEI), abarcan los años 2007-2009.

Gráfico #11 Principales importadores de yuca a nivel mundial, 2009 (%).



Para la yuca, según los resultados estadísticos de la tabla 32, los principales importadores a nivel mundial en el 2009 fueron China, Estados Unidos, Reino Unido, Bélgica y Francia, ver gráfico #11. Aunque China fue el mayor importador mundial

(40.80%), sus importaciones disminuyeron en un 40.46% con respecto al año 2008.

Mientras que Estados Unidos (segundo importador mundial, 19.15%) aumentó sus importaciones en un 30.35%. Algunos países europeos han aumentado sus importaciones de yuca significativamente debido al aumento de la demanda de poblaciones latinoamericanas, africanas y asiáticas. Tal es el caso de Francia y Reino Unido cuyas importaciones aumentaron en un 66.39% y 44% respectivamente, también debido a cambios de tipo demográficos.

Otros países como Bélgica y Alemania son puertos o centros de distribución para el resto de Europa. Bélgica aumentó sus importaciones en un 3.60% y Alemania en un 47.45%. Si se revisa la tabla de Principales países exportadores se podrá notar que estos países aparecen en los lugares 8 y 14, pero es Alemania quien aumentó mayormente sus importaciones y exportaciones.

Mientras tanto en Norteamérica, Canadá y Estados Unidos aumentaron sus importaciones en un 18.22% y 30.35% respectivamente con respecto al 2008. En el caso de Canadá no es un país exportador. Pero, Estados Unidos sí. Si se

revisa la tabla de países exportadores de yuca y se comparan las exportaciones e importaciones del 2009, se tiene un saldo comercial negativo de US\$ 127, 891,000. Es decir, son en Estados Unidos mayores las importaciones de yuca que las exportaciones. Esto también debido al aumento de poblaciones étnicas como la hispana.

Tabla #32. Principales países importadores por valor de importaciones a nivel mundial de yuca, 2007-2009.

No	Importadores	Valor Importada en 2007	Valor Importada en 2008	Valor Importada en 2009	% Total Import. Mundiales 2009	% Crecim. 2008- 2009
Unidad : Dólar EUA miles						
1	'China	620,542	660,185	393,057	40.80	-40.46
2	Estados Unidos	133,288	141,546	184,499	19.15	30.35
3	'Reino Unido	57,132	64,155	92,382	9.59	44.00
4	'Bélgica	18,624	61,113	63,312	6.57	3.60
5	'Francia	20,649	29,309	48,767	5.06	66.39
6	'Canadá	31,893	36,620	43,293	4.49	18.22
7	'Alemania	2,867	16,159	23,827	2.47	47.45
8	'Taipei Chino	13,716	22,811	20,554	2.13	-9.89
9	'Singapur	10,975	11,538	14,032	1.46	21.62
10	'Italia	4,750	21,631	11,323	1.18	-47.65
11	'Nueva Zelandia	8,776	11,366	11,263	1.17	-0.91
12	'Malasia	5,758	6,323	9,369	0.97	48.17
13	'Turquía	0	562	7,014	0.73	1148.04
14	'Suiza y	1,432	2,692	6,298	0.65	133.95
15	'Tailandia	572	2,008	5,396	0.56	168.73
16	'Australia	5,002	9,571	4,692	0.49	-50.98
17	'Hong Kong	3,026	3,219	4,053	0.42	25.91
18	'Albania	1,793	3,431	3,338	0.35	-2.71
19	'Finlandia	1,273	1,583	2,033	0.21	28.43
20	'México	779	785	1,657	0.17	111.08
21	'Suecia	1,381	1,483	1,544	0.16	4.11
22	'Irlanda	1,092	1,212	1,495	0.16	23.35
23	'Jordania	789	850	1,103	0.11	29.76
24	'Noruega	582	689	952	0.10	38.17
26	'El Salvador	765	952	870	0.09	-8.61
	RESTO MUNDO	187,487	374,800	7,277	0.76	-98.06
	TOTAL	1134,943	1486,593	963,400	100.00	-35.19

Fuente: Centro de Exportaciones e Inversiones (CEI)

3.5 Análisis de mercados potenciales: Estados Unidos

Basándose en el análisis de las estadísticas incluidas previamente, dentro de los países que podrían considerarse como propicios para las exportaciones nicaragüenses de yuca o mandioca, destaca Estados Unidos que ha mostrado un crecimiento anual de las importaciones provenientes de Nicaragua y del mundo en términos generales y por su relativa cercanía geográfica con Nicaragua en contraste con los países asiáticos. Así mismo, el mercado de Estado Unidos ofrece un ambiente político y económico positivo y estable, sumamente atractivo para las empresas exportadoras nicaragüenses.

Además, Nicaragua como la mayoría de los países de Centroamérica es un exportador neto de productos primarios (agropecuarios) a Estados Unidos, que es también una fuente importante para las importaciones de bienes alimenticios. Por otro lado, es recomendable aprovechar las buenas relaciones comerciales existentes a la fecha como el DR-CAFTA.

Con el propósito que la empresa se pueda formar una idea del mercado norteamericano y del tratamiento que se le da a la yuca, a continuación se presenta una guía de negocios de este mercado:

3.5.1 Intercambio Comercial Estados Unidos – Nicaragua

La balanza comercial con Estados Unidos ha sido negativa durante el periodo del 2005 al 2009, aunque en los últimos años se ha notado un repunte de las exportaciones gracias al dinamismo y apoyo al sector exportador del país, lo que de alguna manera ha contribuido a que el saldo de la balanza comercial negativo vaya disminuyendo como se puede observar en la siguiente tabla. Por otro lado también puede apreciarse el aumento constante de las importaciones.

Tabla #33 Balanza comercial Nicaragua – Estados Unidos

En US\$ Miles de Dólares			
Año	Exportaciones	Importaciones	Saldo Comercial
2005	273,021.28	498,236.65	-225,215.37
2006	286,732.81	524,876.11	-238,143.30
2007	318,759.84	619,653.79	-300,893.95
2008	328,267.95	809,262.35	-480,994.40
2009	436,477.89	903,716.40	-467,238.51

Fuente: Banco Central de Nicaragua (BCN).

Las exportaciones hacia Estados Unidos han aumentado en los últimos años a partir de la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, Estados Unidos y República Dominicana (DR-CAFTA). Diferentes tipos de productos agrícolas han sido incluidos en la lista de productos admisibles en los Estados Unidos. Tal es el caso de la yuca, cuyo arancel es cero.

3.6 Características del producto a exportar.

En base a la Guía Práctica para la exportación de Yuca a EEUU del IICA-Nicaragua (2009) se presentan los siguientes requerimientos:

Estándares de Calidad:

Para que la yuca clasifique en excelente estado se requiere:

- Eliminar todo material con heridas, cortaduras o nódulos, y con apariencia y olores no característicos del material sano.
- Debe estar libre de tierra y cualquier impureza.
- Uniformidad en el color y firmeza del fruto.
- Yucas enteras, frescas, limpias.
- Derechas, no bifurcadas, con la forma características de la variedad.

- Libres de ataques por plagas, enfermedades o sabores extraños.
- La pulpa debe ser blanca, sin manchas que indiquen que el producto está pasado.

Presentación y empaque:

Atendiendo el Código Federal de Regulaciones de los Estados Unidos, se deben de tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Los envases deberán brindar la suficiente protección al producto, de manera que se garantice la manipulación, transporte y conservación de las yucas.
- El contenido de cada envase debe ser homogéneo y estar constituido por yucas del mismo origen, variedad, categoría, color y calibre.
- Los materiales utilizados deben ser nuevos, limpio y no ocasionar ningún tipo de alteración al producto.
- Se permite la utilización de materiales, papeles o sellos, siempre que no sean tóxicos.

Se utilizan cajas de cartón parafinadas con relleno de papel para evitar la fricción de las raíces entre sí y con las paredes de la caja. Se pudiese cubrir cada unidad con mallas de licopor o papel de seda para presentaciones con valor agregado. Las cajas utilizadas para la comercialización en EEUU son las de una capacidad de 40 a 50 libras (18,2 – 22,7 kg).

Otras recomendaciones de empaque:

- La yuca se puede exportarse en empaques flexibles de fique, siempre que sean nuevos, con una dimensión de 920 mm x 700 mm, con una capacidad de 50 Kg.
- Los empaques de fique deberán tener 16 hilos de urdimbreen de 10 cm y 14 hilos de trama en 10 cm, identificados con una franja azul de 6 hilos de ancho.

- Los empaques deberán cerrar completamente y no se permite ningún tipo de relleno

Etiquetado:

El etiquetar las cajas ayuda en la identificación de los productos, así como en el recibo, almacenamiento y desaduanaje de los productos en su puerto de destino.

Por lo que el empaque de exportación, en el caso de la yuca, las cajas deberán contener la siguiente información en idioma inglés:

- Identificación del producto: nombre del exportador, envasador y/o expedidor, código (si existe y es aceptado oficialmente).
- Naturaleza del producto: nombre del producto, nombre de la variedad.
- Origen del producto: país de origen y región productora, fecha de empaque.
- Características comerciales: categoría, calibre, número de frutos, peso neto.
- Simbología que indique el correcto manejo del producto y de almacenamiento
- Información nutricional.

A continuación se detalla una referencia de clasificación de la yuca admisible en los Estados Unidos, de acuerdo a la calidad de la misma.

Categoría	Características	Tolerancia
------------------	------------------------	-------------------

1	<ul style="list-style-type: none">• 1% por peso por unidad de empaque, de yucas con impurezas o tierra.• 1% por peso por unidad de empaque, de yucas con daños patógenos.• 2% por peso por unidad de empaque, de yucas pasadas (que pierdan las características naturales, manchas de la pulpa.• 7% por peso por unidad de empaque, de yucas con lesiones por agentes físicos o roedores.• Puede existir hasta un 5% de mezcla de variedades por peso por unidad de empaque.	Máximo el 10% para la totalidad de yucas.
2	<ul style="list-style-type: none">• 2% por peso por unidad de empaque, de yucas con impurezas o tierra.• 2% por peso por unidad de empaque, de yucas con daños patógenos.• 5% por peso por unidad de empaque, de yucas pasadas (que pierdan las características naturales, manchas de la pulpa.• 10% por peso por unidad de empaque, de yucas con lesiones por agentes físicos o roedores.• Puede existir hasta un 10% de mezcla de variedades por peso por unidad de empaque.	Máximo el 20% para la totalidad de yucas.

Transporte:

Por su composición química, física y fisiológica, la yuca pierde fácilmente su calidad si se mantiene en condiciones ambientales normales, por lo que la disminución de la temperatura y el almacenamiento a una temperatura y humedad relativa recomendadas es esencial para preservar la calidad comercial del producto.

- Vía marítima en contenedor refrigerado hasta el país de destino.
- Transporte terrestre (camión refrigerado) hasta almacenes y establecimientos detallistas.
- Las condiciones de almacenamiento (temperatura, humedad, tiempo de almacenaje) son:

Temp. (°C)	HR (%)	Tiempo de almacenaje
0 - 2	85 – 90	0 – 1 Semana

3.7 Precios internacionales de la yuca.

Tabla #34 Comportamiento de precios.

Comportamiento de los precios en los Estados Unidos: 2010			
Destino: Miami, Florida		Origen: Costa Rica	
Empaque: caja de 40 libras.			
Correspondientes a la última semana de cada mes.			
Mes:	P. Mínimo (US\$)	P. Máximo (US\$)	
Enero	22.00	24.00	
Febrero	18.00	22.00	
Marzo	15.00	17.00	
Abril	16.00	18.00	
Mayo	14.00	16.00	
Junio	13.00	15.00	
Julio	13.00	15.00	
Agosto	13.00	15.00	
Septiembre	13.00	15.00	
Octubre	12.00	14.00	
Noviembre*	12.00	14.00	
Fuente: USDA- Consejo Nacional de Producción C.R			

*precios correspondientes a la primera semana del mes.

Como se puede observar en esta tabla, los precios mejor pagados por caja exportada son en el primer cuatrimestre del año. Y los más bajos en los últimos meses. Este comportamiento fue comparado con años anteriores y es casi similar. Aunque en otros puertos de entrada de los Estados Unidos, principalmente los de regiones de clima frío, ocurre de otra forma. La demanda se incrementa, sobre todo durante el último trimestre (octubre, noviembre, diciembre), cuando ingresan históricamente mayores volúmenes, debido a la tradición de las poblaciones étnicas de consumir sopas y estofados. Para efecto de nuestro Estudio el puerto destino de la yuca es Miami. El precio por caja de 40 libras utilizado en el Estudio Financiero es de US\$ 16.00. Este precio corresponde al histórico pagado por caja exportada, según datos de la Dirección General de Servicios Aduaneros (DGA).

3.7.1 Demandas reales de yuca en el mercado de Miami.

De la base de datos del Centro de Exportaciones e Inversiones (CEI- Nicaragua) se presenta la siguiente lista de las empresas importadoras de plátano en Miami-USA y las cantidades solicitadas. Estas empresas hacen sus solicitudes al COMTRADE (Base de Datos de comercio exterior de la cual es parte el CEI).

Tabla #35 Demandas reales de yuca en el mercado de Miami.

Empresa	País/Destino	Cantidad (Contenedor 40')	Producto	Intervalo (Todo el año)	Total Mes
RHA Group	Miami, E.U	1	yuca	Semanal	4
W.P Produce Corp.	Miami, E.U	1	yuca	Semanal	4
Gold Valley	Miami, E.U	2	yuca	Semanal	8
J&C Tropical	Miami, E.U	1	yuca	Mensual	1
Exp Groups LLC.	Miami, E.U	2	yuca	Semanal	8
Total de contenedores plátano demandados:					25

Fuente: Centro de Exportaciones e Inversiones (CEI)

Para mayor información de los contactos de compradores de plátano en el mercado de Miami y otros sitios en Estados Unidos ver el **Anexo#1. Contactos comerciales para la exportación de yuca.**

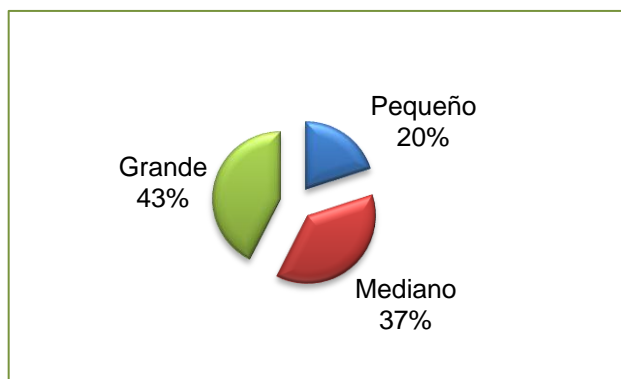
3.8 Análisis de la producción Nacional.

En el análisis de la oferta, se realizó como instrumento de información la encuesta. La cual se les hizo a los productores de yuca de Nueva Guinea (**Anexo #2**). En la actualidad según datos del MAGFOR hay unos 120 productores. Pero, de estos se encuestó a 40 de ellos. A continuación, los resultados de estas encuestas.

Resultados de las encuestas a los productores de yuca del municipio de Nueva Guinea (RAAS)

En las encuestas se trabajó clasificando al productor en base al número de manzanas que posee, recursos financieros y tecnología de siembra. Lo que nos permitió clasificarlos de la siguiente manera:

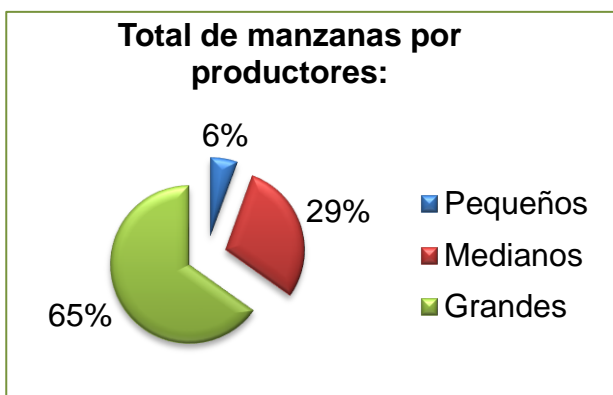
Tipo de Productor	# Manzanas	Total
Pequeño	0--10	8
Mediano	11--20	15
Grande	21--+	17
		40



De unos 120 productores aproximadamente, se encuestó a 40 de ellos, es decir, un 33.33%. En base al total de manzanas que posee cada productor, se clasificaron a los encuestados como: pequeños, medianos y grandes, ver gráfico.

1. ¿Cuántas manzanas posee?

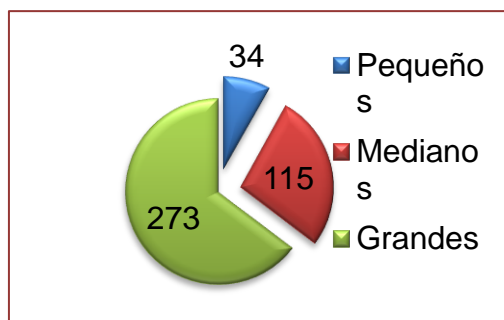
Tipo	Manzanas (Σ)
Pequeños	50
Medianos	267
Grandes	593
	910



El área total de siembra de los productores encuestados es de 910 manzanas dedicadas al cultivo de yuca.

2. ¿Cuántas de estas manzanas ocupa para el cultivo de yuca?

Tipo	Manzanas (Σ)	%
Pequeños	34	68.00
Medianos	115	43.07
Grandes	273	46.04
	422	



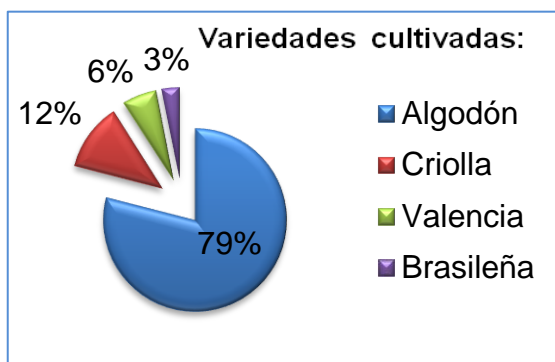
Categorizando a los productores de yuca, según el número de manzanas que posee, los pequeños productores son los que siembran más la yuca (68%) con respecto a los medianos (43.07%) y grandes productores (46.04%), esto debido a que los últimos prefieren

diversificar sus cultivos con otras raíces y tubérculos tales como la malanga y el quequisque.

3. ¿Qué tipo de variedad cultiva?

Variedad	Manzanas (Σ)
Algodón	718.9
Criolla	109.2
Valencia	54.6
Brasileña	27.3

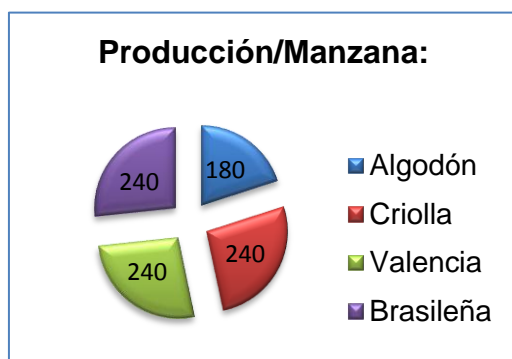
910



Todos los productores siembran en sus terrenos más de una variedad de yuca, entre ellas la criolla, algodón, valencia, y brasileña. Pero, la gran mayoría siembra la variedad algodón (79%), siendo esta la indicada para la exportación.

4. ¿Cuánto es la producción por manzana?

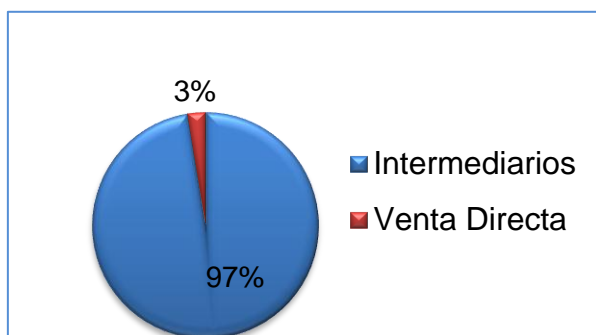
Variedad	Cantidad/Mz
Algodón	180
Criolla	240
Valencia	240
Brasileña	240



El rendimiento obtenido de la siembra de la variedad de yuca es menor en la variedad algodón (180 quintales por manzana aproximadamente), con respecto a las otras y variedades (240 QQ/Mz)

5. ¿Cómo comercializa sus productos?

Tipo	Cantidad de Productores
Intermediarios	39
Venta Directa	1
Otro	0

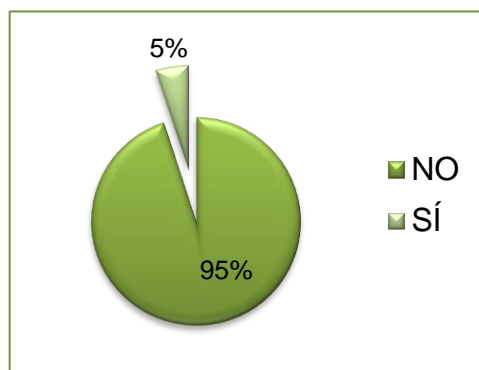


Son unos pocos los productores que venden sus cultivos de forma directa, la gran mayoría prefiere venderlos a intermediarios (97%) tales como revendedores, acopiadoras, emparadoras y compradores finales. Esto principalmente, a problemas de

transporte, ya que este municipio se encuentra a unos 288 km de la capital, más la distancia donde se ubica la(s) finca(s) del productor.

6. ¿Utiliza algún tipo de transporte para la comercialización?

No. de productores	Respuesta
38	NO
2	SÍ

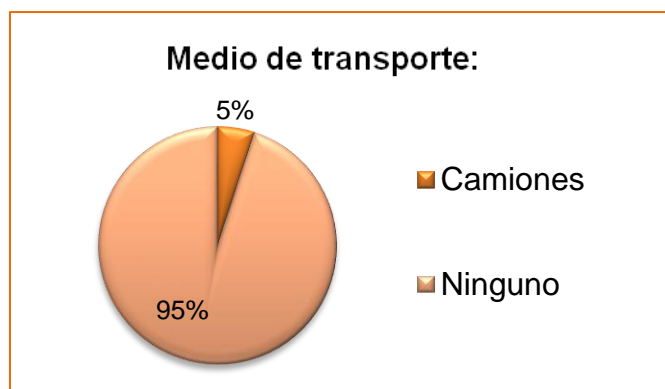


La mayoría de los productores no utiliza ningún medio de transporte, ya que ellos venden al interesado en sus fincas. Son los compradores (intermediarios) los que se encargan de trasladar los cultivos a sus respectivos destinos. Son pocos los

productores que tienen un medio de transporte, y lo ocupan para el traslado de sus cultivos.

7. ¿Qué tipo de transporte utiliza para la comercialización?

Tipo	Cantidad de Productores
Camiones	2
Ninguno	38

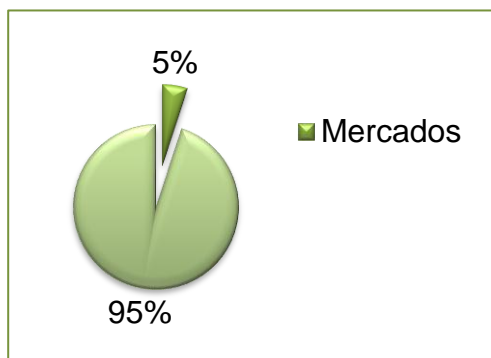


Aquellos productores (3%) que venden de forma directa, utilizan camiones propios para el traslado de sus cultivos. Hoy en día, a los productores se les compra la yuca en su(s) finca(s). Los compradores llegan con sus

camiones.

8. ¿Dónde o a quiénes vende sus cultivos?

Lugar	Cantidad de Productores
Mercados	2
Centros de Acopio	38
Establecimiento Propio	0

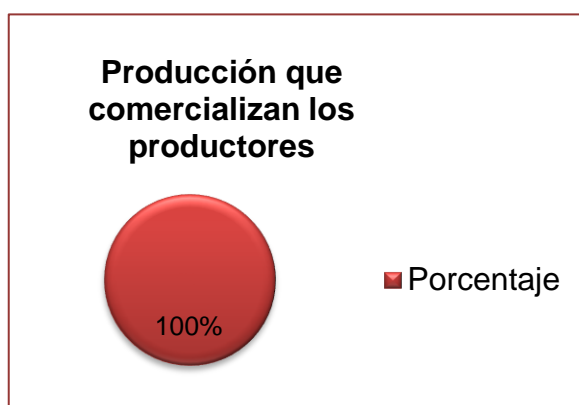


Todos los productores comercializan sus productos al interior del país. Los principales compradores o destinos de los cultivos son los centros de acopio como Agro-exportación, Empacadora Vargas, APROTUNG, otra empacadora conocida como la del Tico y

compradores que llegan desde otras regiones.

9. ¿Qué cantidades del total de su producción comercializa?

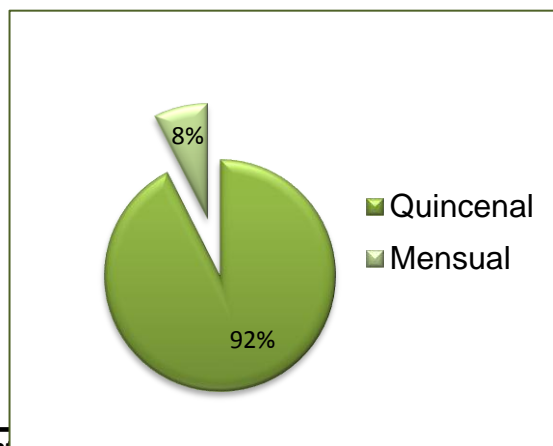
Cantidad de Productores	Producción (%)
40	100



Los productores venden el 100% de sus cultivos de yuca. Venden su producción en sacos o quintales. Todos los encuestados venden lo que cosechan.

10. ¿Con que frecuencia comercializa sus cultivos?

Cantidad de Productores	Frecuencia
37	Quincenal
3	Mensual



Cuando es tiempo de cosecha de los cultivos, la producción se saca en su mayoría quincenalmente. Los productores venden con forma la

demanda, que en su mayoría es cada 15 días.

11. ¿Le vendería sus productos a una empresa nacional para ser exportados?

Cantidad de Productores	Respuesta
40	SÍ
0	NO



Los productores a pesar de que hacen negocios con clientes tradicionales, están dispuestos a hacerlo también con cualquier persona o empresa que le ofrezca un mejor precio por sus cultivos.

12. ¿Le realiza a sus productos el proceso de parafina o parafinado?

Cantidad de Productores	Respuesta
40	NO
0	SÍ



La venta de los cultivos de los productores son en su forma natural, no tienen los equipos, maquinarias y materiales para la parafina de la yuca, ya que como se dijo anteriormente la gran

mayoría no vende al consumidor final.

13. ¿Recibe algún tipo de Asistencia Técnica?

Cantidad de Productores	Respuesta
35	NO
5	SÍ



La gran mayoría de los productores (87%) no recibe asistencia técnica para el mejoramiento de sus cultivos de ninguna institución gubernamental o privada, solo capacitaciones de empresas que distribuyen fertilizantes, abonos, plaguicidas o cualquier insumo

para el agro (siembra).

A los productores que respondieron NO

a) ¿Cómo le brinda asistencia a sus cultivos?

Cantidad de Productores	Tipo
35	Experiencia Propia
0	Capacitaciones Previas
0	Otro



Los productores que no reciben asistencia técnica, cultivan según la experiencia

b) ¿Está dispuesto a recibir algún tipo de capacitación o asesoramiento técnico para el mejoramiento de sus cultivos?

obtenida a lo largo de los años.

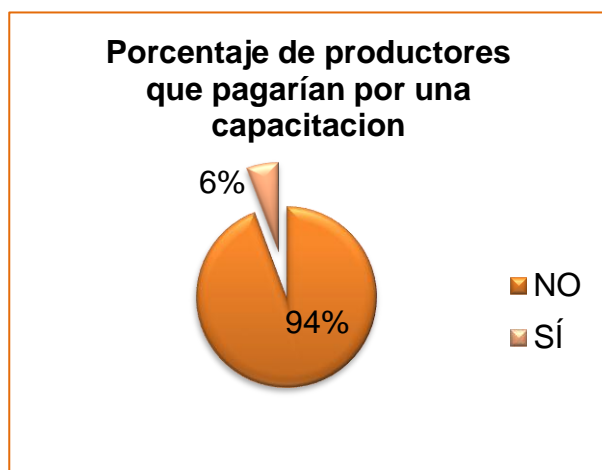
Cantidad de Productores	Respuesta
35	SÍ
0	NO



A todos los productores que no reciben asesoría técnica, les gustaría recibir asesoramiento técnico para el mejoramiento de sus cultivos.

b.1) ¿Pagaría por esta capacitación?

Cantidad de Productores	Respuesta
33	NO
2	SÍ



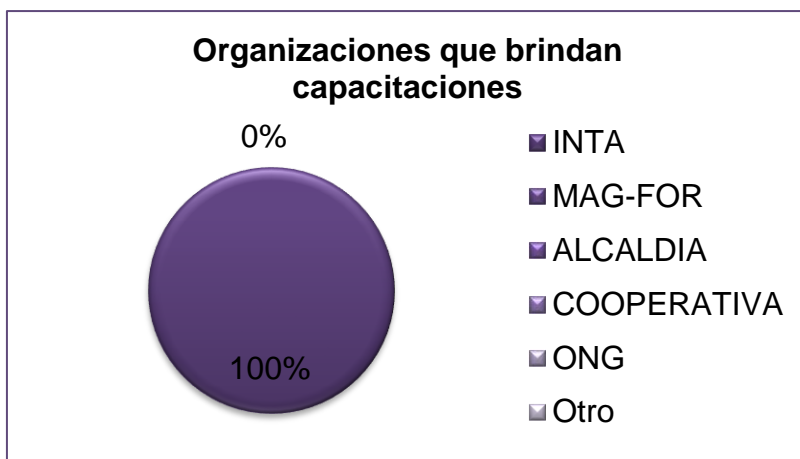
Solo una pequeña parte de ellos (6%) si esta dispuesto a pagar por la asistencia técnica.

A los productores que respondieron Sí

a) ¿Quién le brinda la asistencia técnica?

Cantidad de Productores Tipo

5 INTA

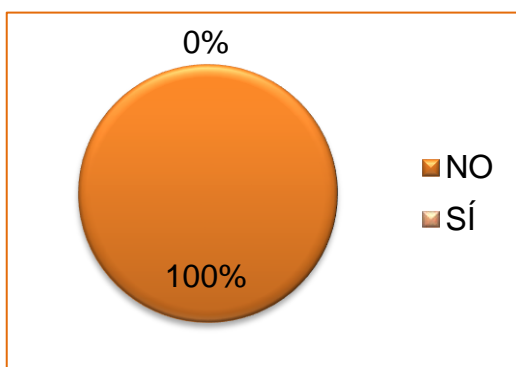


Los productores que sí reciben asistencia técnica, la reciben principalmente del INTA (Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria).

b) ¿Paga por esa asistencia?

Cantidad de Productores Respuesta

5 NO
0 Sí



Los productores que reciben asistencia por parte del INTA no pagan por ello.

14 ¿Estaría de acuerdo a invertir para las mejoras a los cultivos?

Cantidad de Productores	Respuesta
30	SÍ
10	NO

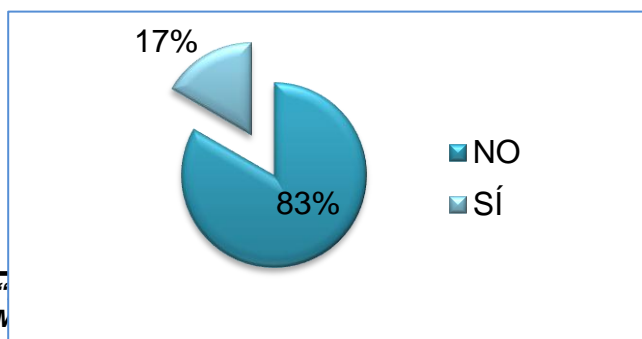


Un 75% de los productores estaría dispuesto a invertir para el mejoramiento de los cultivos.

A los productores que respondieron que SÍ

15 ¿Tiene los recursos para implementar dichas mejoras?

Cantidad de Productores	Respuesta
25	NO
5	SÍ



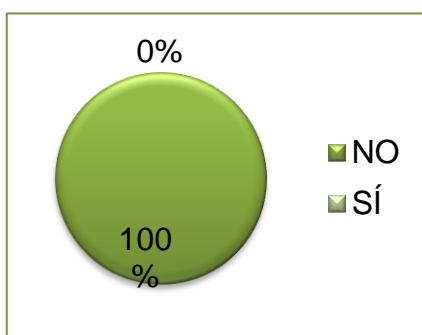
El 83% de los productores que están dispuestos a invertir no

cuentan con los recursos para hacerlo.

A los productores que respondieron que NO

16 ¿Estaría dispuesto a solicitar un crédito para las mejoras?

Cantidad de Productores	Respuesta
10	NO
0	SÍ



Los que no tienen los recursos para invertir en mejoras a los cultivos, en su total no están dispuestos a gestionar ningún tipo de línea de crédito para tal fin.

3.9. Cuadro resumen de la oferta exportable de la yuca.

Tabla #36

Tipo/Productor	Cantidad	No. Manzanas	Mz. Algodón	qq*/Mz	Oferta exportable (qq)
Pequeño	8	34	0	0	0
Mediano	15	115	83	180	14,940
Grande	17	273	250	180	45,000
Total	40	422	333		59,940

Fuente: Elaboración propia

Los datos presentes en la tabla corresponden al total de productores encuestados de yuca de Nueva Guinea (columna 2) que según las encuestas realizadas a los mismos están dispuestos a vender sus productos agrícolas

(yuca). En las columnas 3 y 4 se presenta el total de manzanas que poseen estos productores y el total de manzanas dedicadas al cultivo de la variedad algodón (necesaria para la exportación). Luego, el promedio de quintales por manzana que obtienen (columna 5).

En la última columna se presenta el total estimado de quintales calidad exportable por tipo de productor encuestado dispuesto a vender a la nueva empresa agro-exportadora.

La oferta exportable entonces, en base a los resultados de las encuestas es de aproximadamente 59, 940 quintales de yuca de la variedad algodón. Esta cantidad es el estimado que los productores proveerían por cada ciclo agrícola (8 meses aproximadamente). La cosecha de yuca de la variedad algodón es un 80% de calidad exportable, es decir, yuca que cumple con los requerimientos o exigencias del mercado. Por tanto:

Total de libras disponibles: $59,940 \times 100 = 5,994,000$

Total de libras exportables: $5,994,000 \times 0.80 = 4,795,200$

Total de cajas exportables (en cajas de 40 lbs.): $4,795,200 / 40 = 119,880$ cajas

Por lo general la exportación de yuca se hace en contenedores refrigerados de 40 pies cúbicos (40''). El promedio de cajas por contenedor es de 900. Por tanto si dividimos el número de cajas exportables entre el número total de cajas en cada contenedor tenemos:

Total de contenedores por ciclo agrícola: $119,880 / 900^{**} = 132$ aproximadamente.

Total de contenedores mensuales: $132 / 12 = 11$

Esta es la oferta exportable (132 contenedores anuales) según los análisis y resultados de las encuestas a los productores dispuestos a hacer negocio con la nueva empresa agro-exportadora. Los resultados indican que si la empresa exportadora firmará contratos con los productores encuestados y comprase su

producto tendría una oferta exportable de 11 contenedores mensuales aproximadamente.

*promedio de quintales por manzana. Sacos de 100 libras.

** Cada contenedor de 40 pies tiene capacidad para 900 cajas.

Con esta cantidad la empresa exportadora cubrirá el 44% de la demanda real presentada en la tabla #35 (Demandas reales de yuca en el mercado de Miami). Pero, se necesitaría toda una inversión fija (Centro de acopio, mano de obra directa e indirecta, materiales, equipos, entre otros) para comenzar operaciones en el municipio de Nueva Guinea. Otro de los inconvenientes encontrados es que los productores venden la yuca por manzana. Ellos no la venden seleccionada ni realizan el proceso de parafinado.

La yuca necesaria para la exportación necesita ser seleccionada y parafinada. Por tanto resulta más óptimo el contrato con la Empacadora Vargas para que esta provea la yuca necesaria para la exportación. Esta empresa se encarga en la actualidad de comprar la yuca a los productores y luego venderla ya seleccionada y parafinada a ciertos exportadores. Ellos se encargan de colocar o vender el resto de la yuca no apta para su exportación.

3.10 Análisis de las exportaciones nicaragüenses de yuca versus la demanda de Estados Unidos.

A continuación se presenta una proyección (estimaciones) para el año 2010 en base al crecimiento continuo de las exportaciones de plátano nicaragüense hacia el mercado de Estados Unidos y el porcentaje de participación de dichas exportaciones en el nivel de las importaciones del país del norte en el mismo año.

Tabla #37

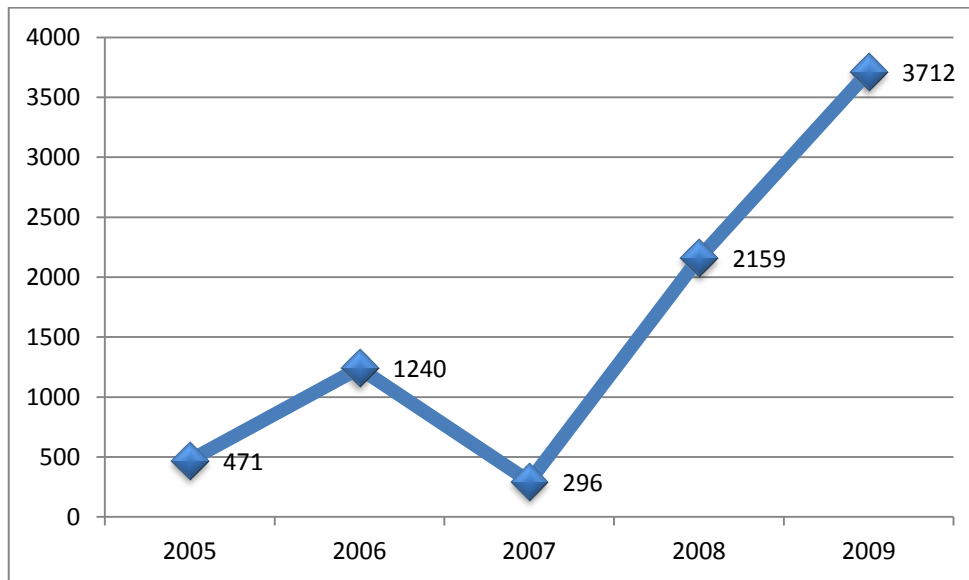
Partida 071410			
País/Año	2008	2009	2010 (Proyecciones)
Estados Unidos de América (USA)			
Cant. Importada/Mundo (Toneladas)	63,490	66,030	68,671
Tasa Crecimiento (%)	4	4	
Nicaragua			
Cant. Exportada/USA(Toneladas)	2,159	3,712	5,115
Tasa Crecimiento (%)	71.93		37.80
Diferencia	61,331	62,318	63,556
% de participación	3.40	5.62	7.45

En el año 2009, las importaciones de yuca fresca (SAC: 071410) en los Estados Unidos sumaron unos US\$ 46, 126, 200, a un precio promedio por tonelada de \$ 731. El crecimiento histórico reportado en las importaciones norteamericanas de la partida 071410 ha sido en los últimos años el equivalente a un 4% anual.

Proyectando un crecimiento de las importaciones en base al histórico, la demanda para el año 2010 se estimarían en unas 68, 671 toneladas.

Por su parte, las exportaciones nicaragüenses han crecido en los últimos 5 años de forma fluctuante, (ver gráfico#11). Después de un descenso en el año 2007, las exportaciones hacia el mercado de Estados Unidos han tomado un dinamismo de tal forma que en el 2009 las exportaciones crecieron en un 71.93% con respecto al año 2008.

Gráfico #11 Exportaciones de Yuca nicaragüense hacia los Estados Unidos, 2005-2009 (Toneladas)



En el año 2009 se exportó hacia los Estados Unidos el equivalente a unas 3,712 toneladas. Esto significa que las exportaciones nicaragüenses de yuca sumaron un 5.62 % de las importaciones mundiales en ese país.

Dado que el crecimiento de las exportaciones de yuca no ha sido en forma escalonada, las proyecciones de crecimiento para los próximos años podríamos calcularlas por medio de estimaciones progresivas. Si se calcula la desviación estándar de las cantidades exportadas (toneladas) en los últimos 5 años y se suma este valor al total exportado en 2009 tendríamos:

$3,712 + 1,403 = 5,115$ toneladas aproximadamente para el 2010.

Lo que corresponde mejor que el promedio de crecimiento de los últimos 5 años equivalente a un 197.44%.

Si se sigue exportando de cara a un crecimiento sostenido, las exportaciones de yuca nicaragüense tendrían cada vez mayor participación en el mercado de Estados Unidos. La creación de la empresa exportadora contribuiría con 132 contenedores anuales.

Conclusiones del Estudio de Mercado

- Estados Unidos es el mejor mercado destino para la exportación de plátano y yuca por su ambiente político y económico positivo y estable. El pago de los productos es sumamente atractivo con respecto a otros países, pero, se requieren altos estándares de calidad. La vigencia del DR-CAFTA permite ventajas competitivas tanto arancelarias como de importación al país del norte (las estimaciones de demanda para el año 2010 son de más de 4.5 millones de toneladas de plátano y más de 68, 000 toneladas de yuca).
- México es el mejor mercado destino para las exportaciones de maní descascarado por su relativa cercanía geográfica y por las ventajas arancelarias del TLC de este país con Nicaragua (las estimaciones de demanda para el año 2010 son de casi 215,000 toneladas de maní).
- No todos los productores encuestados de plátano, maní y yuca cuentan con las tecnologías de producción, insumos, agroquímicos, irrigación y tecnificación necesaria para el aseguramiento de la calidad y cantidad del producto a exportar.
- La nueva empresa debe comprar a productores cuyos cultivos cumplen con las normas mínimas de calidad exigidas por el FDA (Agencia de Alimentos y bebidas de los Estados Unidos, por sus siglas en inglés) y las leyes y normas de importación de México.
- En base a los resultados de las encuestas, la oferta exportable se resume en 240 contenedores de plátano, 380 contenedores de maní y 132 contenedores de yuca al año.
- Los medios de transporte utilizados serán contratados a nivel interregional para el traslado de los productos y a nivel de carga internacional como sigue:
 - Plátano—Rivas—Miami (Carga Refrigerada)
 - Maní—León o Chinandega—México (Carga Seca)
 - Yuca—Nueva Guinea—Miami (Carga Refrigerada)

Exportación de plátano:

- Requiere los procesos de recepción (compra), lavado y empaque. Para ello se hace necesario una infraestructura, personal, equipos y materiales. Es decir, un centro de acopio ubicado en una localización óptima que permita el traslado y manipulación rápida del producto a fin de que éste no se deshidrate y pierda su calidad.
- La compra de plátano requiere contar o contratar medios de transporte para el traslado del producto hacia el centro de acopio.

Exportación de maní:

- Los productores mejor calificados tienen contratos de provisión de maní sucio con empresas exportadoras de maní descascarado. Lo que implica la firma de contratos, por parte de la empresa en creación, que mejore los beneficios existentes.
- Requiere los procesos de recepción, limpieza, descascarado, clasificación y selección. Estos procesos requieren de toda una infraestructura y maquinaria gigantesca y millonaria. Pero, se puede pagar por todos estos servicios a las empresas COMASA y CUKRA INDUSTRIAL S,A.
- Es necesario crear centros de acopio en las respectivas regiones o aprovechar el hecho de que algunos productores tienen medios de transporte (50% en León y 62% en Chinandega) para llevar el maní directamente hasta las instalaciones de las empresas que prestarían los servicios del procesamiento del maní.

Exportación de yuca:

- Los productores mejor calificados venden el 100% de sus productos en sus fincas. Es decir, no están dispuestos a vender la mejor yuca o la yuca necesaria para la exportación. Por lo que la empresa tendría que buscar que hacer con el restante que no se exporte o califique.

Conclusiones del Estudio de Mercado.

- Requiere los procesos de selección, lavado, parafinado, pesaje, congelación y empaquetado del producto. Aunque existen centros de acopio de capital privado que se encargan de acopiar la yuca y realizar los procesos del inciso anterior, vendiendo únicamente el producto exportable, con el requerimiento de los envases (cajas) y etiquetas. Entre ellos está la Empacadora Vargas ubicada en el km. 288 de la carretera Managua-Nueva Guinea.



5.1 Introducción

En esta parte del Estudio se define, la forma en que se acopiarán los 3 productos agrícolas, el traslado de estos hacia los lugares en que se procesarán hasta convertirse en productos de exportación, el personal que trabajará en este proceso de preparación del producto final, los materiales y equipos utilizados, el transporte de los contenedores con las cajas y sacos con los productos agrícolas. También se define el tamaño y ubicación del Centro de Acopio (CA) necesario para la exportación del plátano y de las Oficinas Centrales en Managua. Por último, se presenta un Organigrama propuesto de la empresa exportadora y un Diagrama de Recorrido de los 3 productos agrícolas hacia sus puertos de embarcación.

5.2 Acopio de los productos agrícolas:

Los resultados del Estudio de Mercado indican que para el acopio de:

Plátano: La empresa exportadora si contará con un Centro de Acopio para el plátano en la ciudad de Rivas dado que se necesita de toda un infraestructura, personal, maquinaria, equipos y materiales (ver detalles de este centro. (Pág. #136)

Maní: La empresa exportadora no contará con un Centro de Acopio ni en León ni en Chinandega, por los altos costo de inversión, sino que se pagará por el servicio de limpieza, secado, descascarado y selección del maní, a las empresas **KUKRA INDUSTRIAL S,A y COMASA** localizadas en la misma zona (Región II).

Yuca: La empresa exportadora no contará con un Centro de Acopio en Nueva Guinea, debido a que los productores venden únicamente el 100% de sus cultivos; no hacen por conveniencia una selección de la mejor yuca, es decir, la yuca necesaria para la exportación. Se hará un contrato de provisión del producto a exportar con la empresa **EMPACADORA VARGAS**, la cual cuenta

con un local propio, red de productores/proveedores, personal, equipos y materiales para el lavado, selección, parafinado y empaque de la yuca.

5.3 Traslado del producto para su procesamiento.

Los resultados del Estudio de Mercado indican que para el traslado del:

Plátano: Los detalles de la adquisición y traslado del plátano están en la sección Centro de Acopio (CA) del plátano a exportar (ver pág. #139).

Maní: Aprovechando que la más de la mitad de los productores encuestados poseen medios de transporte, se trabajará en mutuo acuerdo (bases del contrato) con los mismos para que lleven el maní a las instalaciones de las empresas prestadoras de los servicios en nombre de la empresa exportadora.

Yuca: La mayoría de los productores encuestados, por tradición, venden la yuca en sus fincas o no cuentan con un medio de transporte para su traslado.

Empacadora Vargas en todo caso se encargará de la obtención y traslado del producto hacia sus instalaciones.

5.4 Personal necesario por producto agrícola.

Los resultados del Estudio de Mercado indican que la mano de obra necesaria será:

Plátano: Los detalles del personal necesario están en la sección Centro de Acopio (CA) del plátano a exportar (ver pág. #140)

Maní: En el caso que se logre convenir con los productores para que lleven el maní a las empresas **COMASA o IMANISA**, según sea el caso, se necesitará únicamente un **supervisor de zona**.

Yuca: Se necesitará únicamente un **supervisor de zona** que se encargase de la contratación de los pedidos a la empresa **EMPACADORA VARGAS**, supervisión

de la logística del producto (calidad, peso exacto, empaque, estibación) y la logística de transporte (carga, traslado, entrega).

Para más información del personal, ver fichas ocupacionales de los Anexos.

5.5 Materiales y equipos utilizados por producto agrícola.

Los resultados del Estudio de Mercado indican que los materiales y equipos que se utilizarán son:

Plátano: Los detalles de los materiales y equipos necesarios están en la sección Centro de Acopio (CA) del plátano a exportar (ver pág. #142)

Maní: Se proveerá a los productores sacos para que lleven el maní a las instalaciones de las empresas **COMASA o IMANISA**. También se utilizarán sacos de exportación que se proveerán a estas empresas. Los cuales tendrán información relevante de la empresa y el producto (calibre, variedad, peso, entre otros).

Yuca: El material necesario serán las cajas de exportación - propias de la empresa- con toda la información necesaria (etiqueta informativa) y los selladores que se utilizan para el adecuado resguardo de la calidad del producto.

5.6 Transporte del producto a exportar.

Se harán contratos de transporte de carga internacional (carga seca para el maní y refrigerada para el plátano y la yuca) con empresas especializadas en el ramo. Estos contratos contemplarán el aseguramiento del producto (seguros de transporte internacional), agencia aduanera (trámites legales) y el traslado desde cada una de las regiones hasta los puertos destinos (ver Diagrama de Recorrido del producto hacia destino final pág. #161).

Es decir:

Maní: COMASA o IMANISA (León o Chinandega) ----- México.

Yuca: EMPACADORA VARGAS (Nueva Guinea)-**Puerto Cortez** (Honduras)- **Miami**.

Plátano: Centro de Acopio (CA) (Rivas)-**Puerto Cortez** (Honduras) ----- **Miami**.

5.7 Centro de Acopio (CA) del plátano a exportar.

5.7.1 Localización óptima:

Los siguientes aspectos a mencionar son de mucha relevancia para tomar la decisión de cuál será el lugar más factible para la ubicación del centro de acopio (CA).

1. Disponibilidad de Materia prima (MP):

Se refiere a la cercanía o disposición del producto, tomando en cuenta la región o municipio donde se encuentra la mayoría de los productores encuestados con que se trabajará como proveedores de los plátanos de exportación del departamento de Rivas.

2. Accesibilidad de servicios básicos (SB):

Se refiere al acceso de servicios de agua, energía eléctrica, telecomunicaciones y alcantarillado sanitario.

3. Vías de comunicación (VC):

Corresponde al acceso terrestre, infraestructura y distancia para la entrada y salida de los medios de transporte.

4. Mano de obra (MO):

Vinculado a la disponibilidad del recurso humano (personal) necesario para la puesta en marcha y ejecución del CA. Esto incluye la cercanía de un poblado y personal dispuesto a trabajar.

5. Disponibilidad de materiales y equipos (ME):

Compete a la disponibilidad de empresas de transporte (alquiler de camiones) para el traslado de los plátanos de exportación desde la finca del productor hacia el CA y desde el CA hacia el o los puertos de embarque.

Los aspectos antes mencionados serán evaluados en escala de 1 al 5, siendo el más importante el que muestra un puntaje de 5 y el menos importante el que muestra un puntaje de 1. La siguiente tabla pretende resaltar el factor más importante a la hora de seleccionar un local para la instalación del Centro de Acopio (CA), según los criterios de los integrantes del grupo.

Tabla #38 Determinación de los criterios:

Criterio	Valoraciones			Total	%
Disponibilidad de Materia prima	5	5	5	15	22.05
Accesibilidad de servicios básicos	4	5	5	14	20.59
Vías de comunicación	3	5	5	13	19.12
Mano de obra	5	4	4	13	19.12
Disponibilidad de materiales y equipos	3	5	5	13	19.12
Total	20	24	24	68	100

Fuente: Evaluación realizada por el grupo de trabajo.

La tabla anterior muestra que el aspecto más importante es la materia prima con un 22.05%, seguido de la accesibilidad de servicios básicos con un 20.59% y tercer lugar los otros criterios con un 19.12%.

Los municipios que a continuación se evalúan se escogieron en base a la disponibilidad que se puedan tener de acuerdo a los aspectos que se evaluaron anteriormente.

Los municipios de Rivas: Rivas (cabecera departamental), Potosí, Buenos Aires, Belén, Tola y San Jorge. Son los municipios que se consideran los más representativos para la instalación del CA por la disponibilidad de materia prima,

ya que estos municipios son los que presentan el mayor número de productores de plátanos para la exportación, entre otros factores tomados en cuenta por el grupo como la disposición de venta y tipos de variedad de plátano cultivado.

Tabla #39 Valoración de Factores determinantes respecto a los municipios.

Valoración	Rivas			T			Potosí			T			Buenos Aires			T			Belén			T			Tola			T			San Jorge			T		
	MP	9	10	9	28	9	9	9	27	9	9	9	27	7	8	6	21	6	8	9	23	8	8	9	25											
SB	9	9	10	28	7	6	8	21	8	8	9	25	8	8	8	24	8	9	7	24	10	9	8	27												
VC	10	10	10	30	7	8	7	22	8	7	9	24	9	9	8	26	8	8	8	24	10	9	8	27												
MO	9	9	9	27	9	8	10	27	9	9	9	27	9	9	9	27	9	9	9	27	9	9	9	27												
ME	8	9	10	27	5	5	5	15	7	6	8	21	7	8	9	24	8	7	9	24	8	9	8	25												

Fuente: Evaluación realizada por el grupo.

Una vez que han sido evaluados los factores determinantes y la importancia de estos de acuerdo al municipio, se estimó el lugar más indicado y factible para la instalación del CA.

Para obtener estos resultados se utilizaron los porcentajes de la tabla anterior donde cada factor se multiplica por el total de cada una de las valoraciones por municipio. De los lugares a evaluar aquel que presente un mayor puntaje, las valoraciones se muestran a continuación.

Tabla #40 Valuación del Lugar más Factible

Valoración	Rivas	Potosí	Buenos Aires	Belén	Tola	San Jorge
MP	6.17	5.95	5.95	4.63	5.07	5.51
SB	5.77	4.32	5.15	4.94	4.94	5.56
VC	5.74	4.21	4.59	4.97	4.59	5.16
MO	5.16	5.16	5.16	5.16	5.16	5.16
ME	5.16	2.87	4.02	4.59	4.59	4.78
TOTAL	28.00	22.51	24.87	24.29	24.35	26.18

Los resultados muestran que el Centro de Copio (CA) para los plátanos estará ubicado en el municipio de Rivas, departamento de Rivas sobre la carretera panamericana. Esto para un mejor acceso y salida de los camiones y furgones provenientes de los otros municipios plataneros del departamento de Rivas.

Los principales municipios donde se cultiva el plátano de exportación (cuerno enano) son los municipios cercanos como Belén, San Jorge, Potosí, Buenos Aires, Rivas y Tola.

5.7.2. Proceso de adquisición:

La empresa formará una alianza o cooperativa con los productores que se convertirán en los proveedores directos de los plátanos de exportación. Por medio de una ficha informativa a cada productor, se controlará el nombre, ubicación exacta de la finca, tiempo de madurez del producto, tipo de tecnología de siembra utilizada, para ser colocados según el potencial de venta y disponibilidad inmediata del producto.

Una vez que se tenga la orden del pedido, el supervisor de zona contactará al o los productores de la base de datos de la empresa, con dos días de anticipación (o más de ser necesario) para que el productor efectúe el corte y selección de los plátanos el mismo día de la compra; indicando el número total de unidades requeridas, la fecha y hora, el monto total por el pago del producto.

Proceso de Transporte:

El día de compra al productor, el supervisor llegará a la finca con un medio de transporte (camión de 6 ton) a contar y verificar el tamaño y calidad del producto haciendo uso de formatos de verificación y conteo. Luego serán estibados los plátanos en cajillas plásticas para el traslado al CA. Una vez empacado el producto y listo para su exportación, se necesitará el transporte hacia el puerto de salida. Estos medios de transporte se contratarán con empresas que brindan este servicio.

Capacidad:

El CA, en base al estudio de mercado, trabajará con una capacidad de 20 contenedores mensuales, 5 semanales, uno diario. Cada contenedor es de 40 pies, en el caben 900 cajas de 50 libras. En cada caja caben 55 unidades de plátano de 9.5 pulgadas, lo que equivale a un total de 49,500 plátanos por día.

El producto será recepcionado y colocado en la pila de lavado para su limpieza; luego pasado al área de secado y finalmente será cargado al área de empaque, etiquetado y sellado. Una vez empacado el producto será cargado en el contenedor para luego ser transportado al puerto de salida.

Personal:

El CA contará con un **supervisor de zona** que es el encargado de contactar a los productores, verificar los pedidos, contratación de los medios de transporte, pero, dentro de las instalaciones también se necesitará de un personal de 30 trabajadores: 20 en área de lavado, 8 en el área de empaque y 5 para el traslado del producto de un área a otra. El tiempo aproximado y personal necesario se calculó de la siguiente manera:

Área de lavado:

El tiempo estimado para el lavado de las 49,500 unidades es de 8.33 segundo por unidad.

$49,500u \cdot 8.33\text{seg} / 3600\text{seg} = 114.53$ horas de lavado.

Dado que la empresa trabajará solamente 6 horas hábiles:

$114.53 \text{ h} / 6\text{h hábiles} = 20$ personas son necesarias para el lavado de los plátanos requeridos (1 contenedor diario).

Por tanto:

$49,500u / 20\text{prs} = 2475\text{uni}$. Tendrían que ser lavadas por persona.

$2475 \text{ uni} / 6 \text{ h} = 412.5 \text{ uni/h}$ (unos 413 plátanos por hora)

$412.5 \text{ uni} / 60 \text{ min} = 7 \text{ platanos/min}$ (unos 7 plátanos por minutos cada persona)

Las cajillas plásticas utilizadas para la compra y traslado, serán utilizadas para las operaciones dentro del CA. Cada cajilla plástica tendrá capacidad para 35 unidades, por tanto cada trabajador lavara 1 cajilla plástica cada 5 minutos.

Estibando hasta un máximo de 4 cajillas para ser lavadas por cada trabajador en la pila, se obtiene un período de 20 minutos, este tiempo es utilizado por los cargadores para el traslado del área de lavado al área de secado.

Área de secado:

Esta área contará con una mesa donde se depositarán las cajillas con el producto proveniente del área de lavado, el secado se realizará por medio de 4 ventiladores aéreos que estarán encima de la mesa. El personal que se encargará de trasladar las cajillas se calcula de la siguiente manera:

20min para lavar 4 cajillas, cada cajilla con el producto limpio esta lista cada 5 minutos; por tanto se necesitaran 5 cargadores (1 por cada 4 lavadores) para trasladar dentro de los 5 minutos 4 cajillas cada uno del área de lavado al área de secado.

Área de empaque:

El tiempo aproximado para el empaque, pesado de los plátanos y el sellado de las cajas es de unos 3 minutos por cada caja. Por tanto

$900 \text{ cajas} * 3 \text{ min} / 60 = 45 \text{ horas}$ en total para el empaque de los 49,500 plátanos

Entonces

$45 \text{ h} / 6 \text{ horas hábiles} = 7.5 \text{ personas}$. Por tanto se requieren 8 personas para esta área.

5.7.3 Materiales

- ✓ Cajas de cartón de 20x51x34 cm.
- ✓ Cajillas plásticas para secado de 80x70x25 cm.
- ✓ Cajillas plásticas para recolecta en finca.
- ✓ Batas plásticas para el personal del CA.
- ✓ Gorros de algodón.
- ✓ Botas de hule.
- ✓ Material de limpieza.
- ✓ Mesas de acero inoxidable para el área de secado.
- ✓ Mesas de madera para el área de empaque.
- ✓ Selladores

Equipos:

- ✓ Selladoras.
- ✓ Ventiladores (4).
- ✓ Pesas
- ✓ Tijeras
- ✓ Carretillas
- ✓ Cuchillos

5.7.4 Definición del tamaño óptimo del Centro de Acopio (CA).

Lo que se pretende con la definición del tamaño del CA es determinar la capacidad de lavado y preparación del producto a exportar. Para determinar la capacidad instalada del CA se realizó un estudio de mercado para cuantificar la oferta exportable anual en base a la capacidad de venta de los productores encuestados en el departamento de Rivas y sus municipios (ver pág. #51-53).

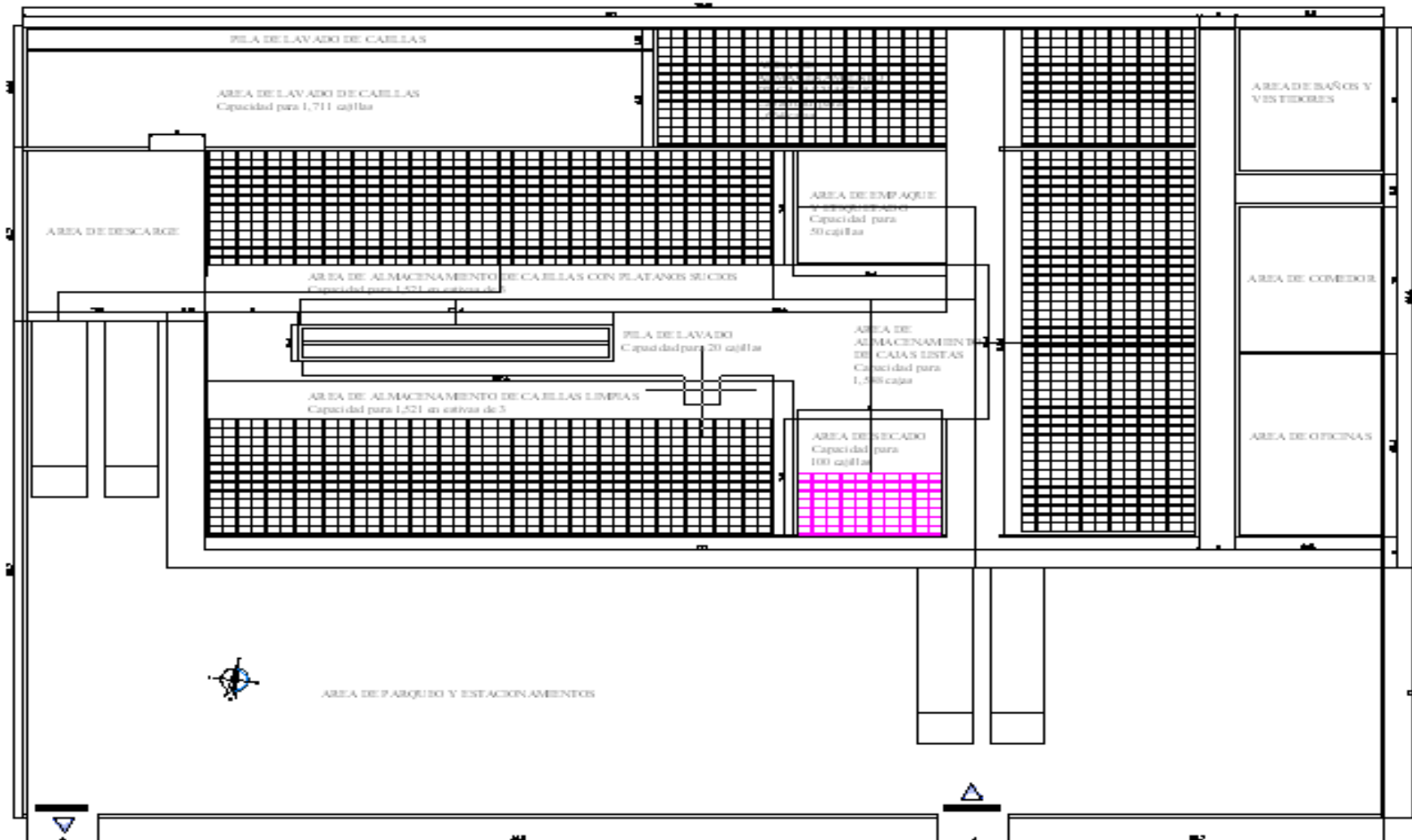
Capacidad de producción.

La oferta exportable se estimó en 320 contenedores mensuales aproximadamente (ver pág. #52), pero la empresa exportadora trabajará con un 6.25%. Es decir, 20 contenedores mensuales, 240 contenedores anuales.

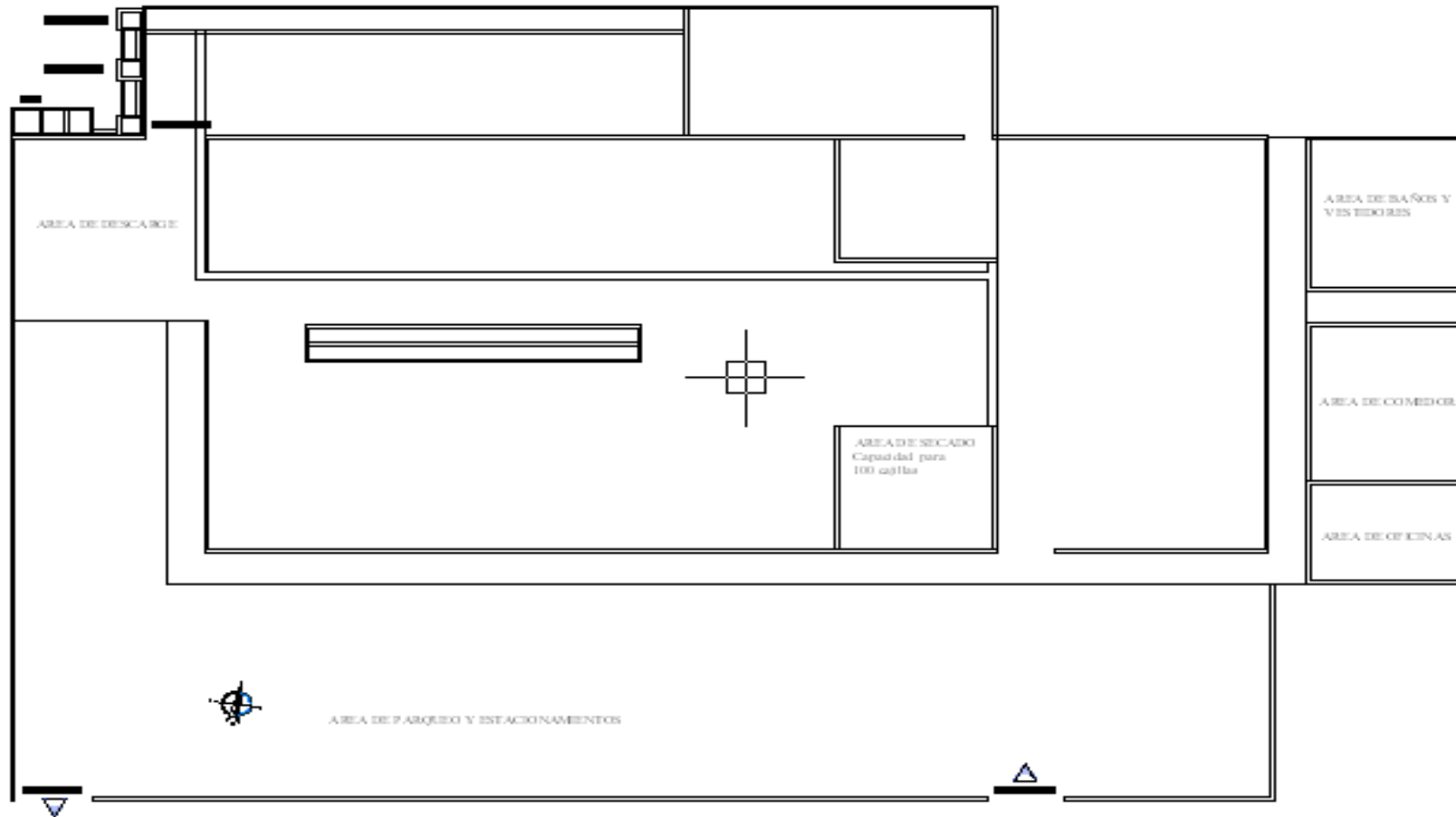
Distribución de las instalaciones.

En base a la oferta exportable de 20 contenedores mensuales a un promedio de 1 contenedor diario (49, 500 unidades), la distribución de las instalaciones se diseñó de acuerdo a las necesidades de espacio para cada área y la distancia necesaria entre áreas, tomando en cuenta la disponibilidad de espacio. El plano de las instalaciones y diagramas de flujo de las diferentes áreas se pueden ver en los siguientes anexos:

**5.8 Plano de distribución de
planta del Centro de Acopio de
plátanos de la Empresa
exportadora**



PLANO DE DISTRIBUCION PLANTA DEL CENTRO DE ACOPIO DE PLATANOS JEYACA



PLANO DE DISTRIBUCION PLANTA DEL CENTRO DE ACOPIO DE PLATANOS JEYACA

5.8.1 Diagramas de procesos

Figura #1. Diagrama de flujo
Proceso del área de lavado

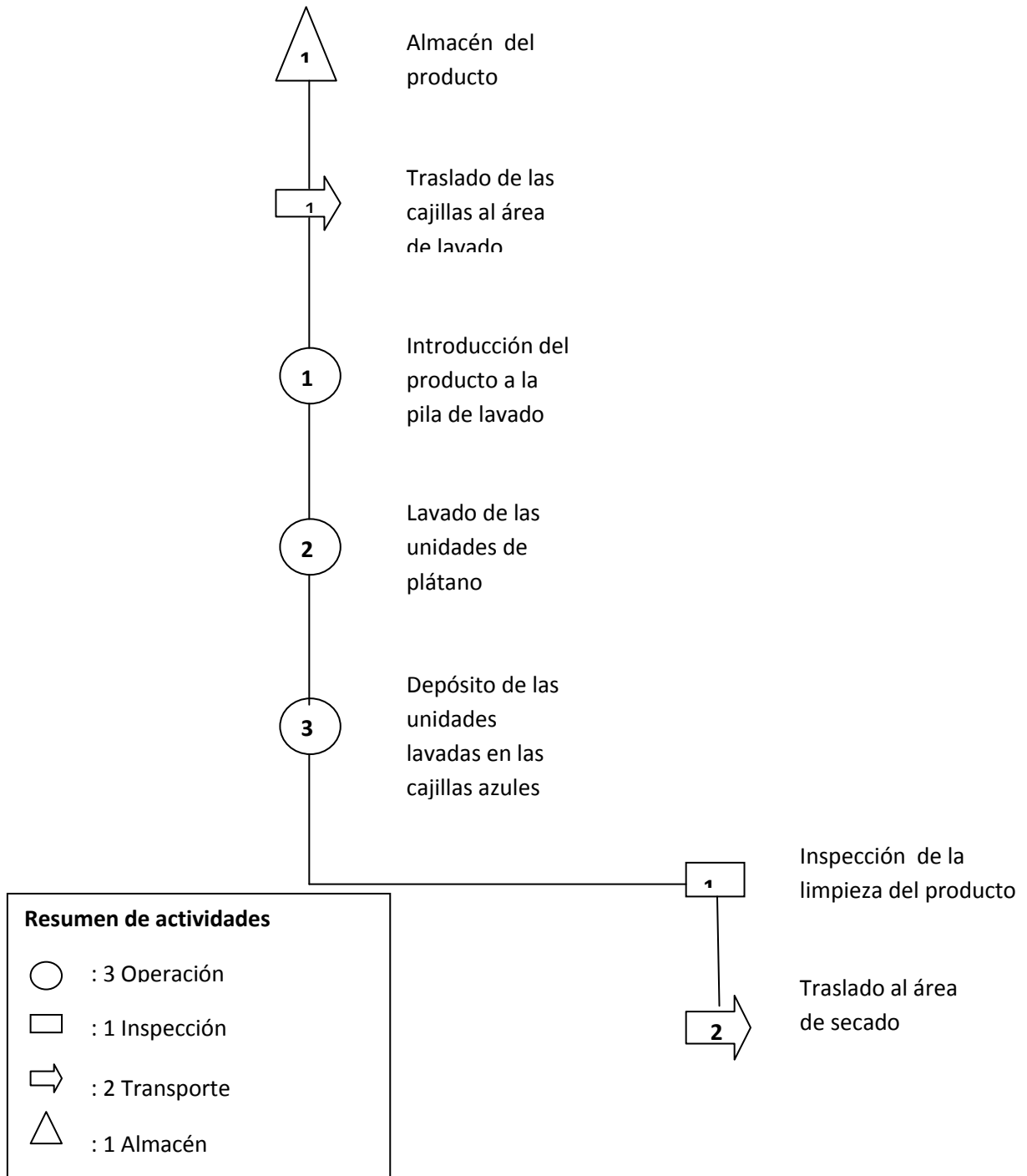
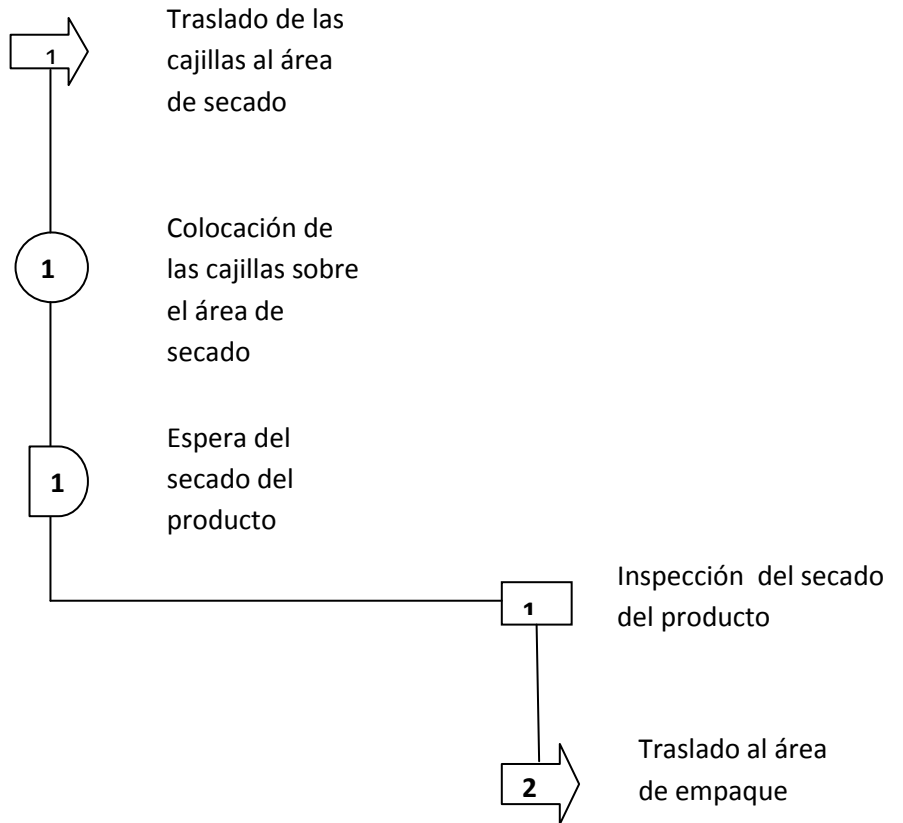
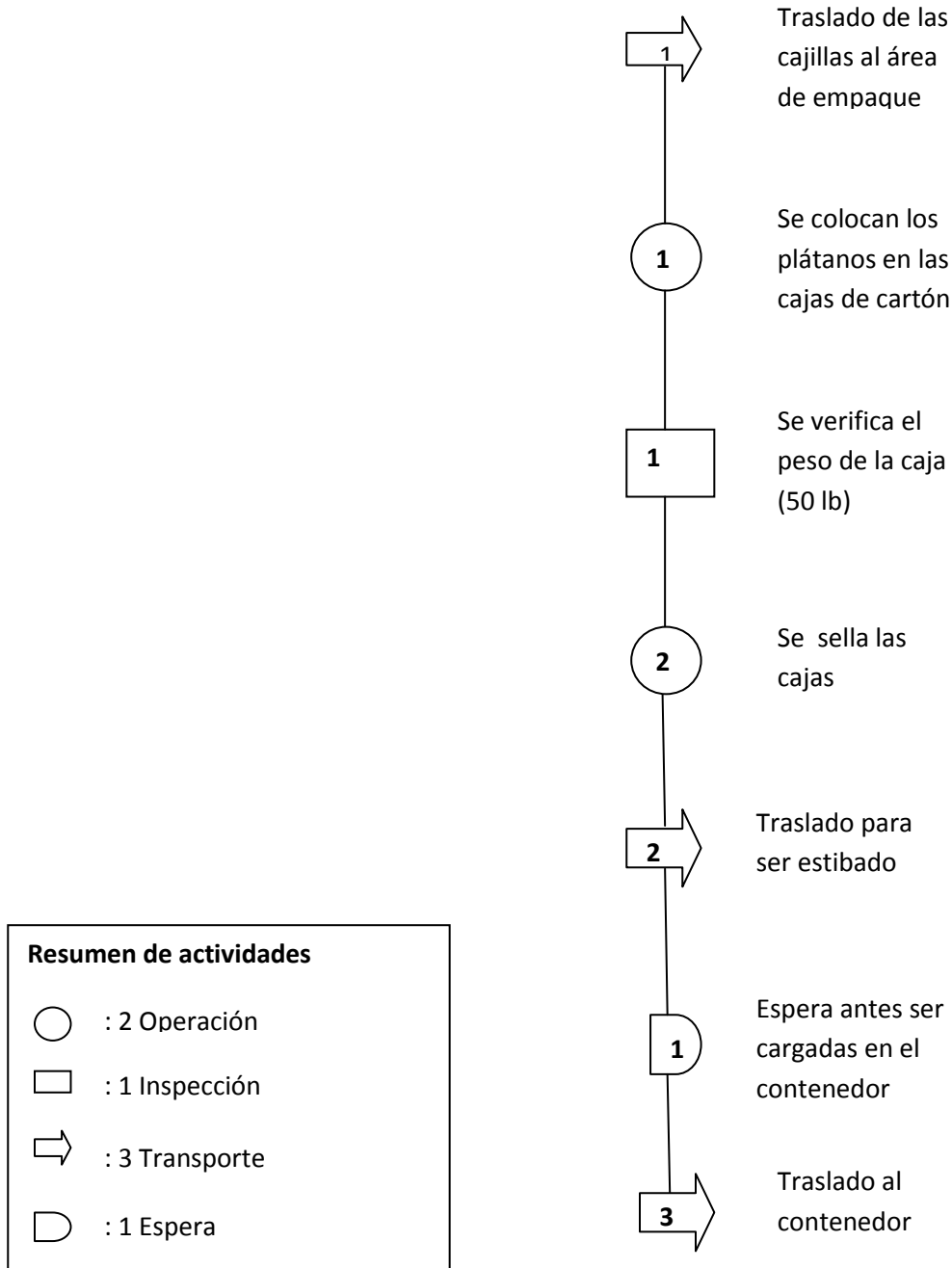


Figura #2
Diagrama de flujo
Proceso del área de secado



Resumen de actividades	
○	: 1 Operación
□	: 1 Inspección
➡	: 2 Transporte
D	: 1 Espera

Figura #3
Diagrama de flujo
Proceso del área de empaque



Para ver los cursogramas analíticos por área de trabajo, ver **Anexo#3**.

5.9 Normas generales de higiene y seguridad

En este apartado se analizan los aspectos necesarios que se deben de tener en cuenta para el manejo de las áreas en CA, las obligaciones del empleador y obligaciones de los trabajadores de acuerdo al compendio de resoluciones y normativas en materia de higiene y seguridad del trabajador establecido por el ministerio del trabajo.

Obligaciones del empleador.

- * Todo empleador tiene la obligación de adoptar medidas preventivas necesarias y adecuadas para proteger eficazmente la vida y salud de los trabajadores acondicionando las instalaciones físicas y proveyendo el equipo necesario para reducir y eliminar los riesgos profesionales en los lugares de trabajo.
- * Proporcionar a los trabajadores los correspondientes equipos de protección personal y sustituirlo a cuando estos lo ameriten.
- * Proporcionar la debida formación e información a los trabajadores en materia preventiva sobre los riesgos potenciales para su seguridad y salud.
- * Colocar cartelones en aéreas visibles el uso de equipo de protección personal.
- * Poner a disposición de los trabajadores servicios higiénicos, vestidores, comedor, ventilación en cada área de trabajo.

Obligaciones de los trabajadores.

- * Cumplir las órdenes e instrucciones dadas para garantizar su propia seguridad y salud, la de sus compañeros de trabajo y de terceras personas que se encuentren en el CA.
- * Utilizar correctamente los medios y equipos de protección personal facilitados por el empleador.

- * No fumar e ingerir licor ni comer y en las instalaciones durante el periodo de trabajo.

5.10 Localización de las oficinas centrales.

Las gestiones o trámites de certificación, aduanas, transporte, contratación de servicios de carga y todo trámite legal, útil y necesario para el establecimiento y funcionamiento de la empresa requieren la cercanía a los centros de trámites de las exportaciones, instituciones financieras, empresas de transporte y de carga así como también la coordinación general de las actividades exportadoras de los tres productos, es por ello necesario también la micro localización de las oficinas centrales de la empresa.

Los siguientes aspectos a mencionar son de mucha relevancia para tomar la decisión de cuál será el lugar más factible para la ubicación del Centro de Dirección (CD):

1. Cercanía a los centros de trámites para las exportaciones (CT).
Se refiere a la proximidad que se debe tener para realizar necesarias y pertinentes en las instituciones como MAG-FOR (Certificado Fitosanitario), CETREX (Formulario de Inscripción, Certificados de Origen, Formato Único de exportación)
2. Disponibilidad de las comunicaciones.
Corresponde al acceso directo y permanente a los medios de comunicación tales como fax, telefonía fija y celular, internet, correos, etc.
3. Facilidad de gestión y contratación con las empresas de servicios.
Se relaciona a la fácil disposición con aquellas empresas de transporte, carga y cualquier otro servicio necesario para las exportaciones de los productos agrícolas.
4. Accesibilidad a las instituciones bancarias o institución financiera.
El pago de los trámites, gestiones, depósitos internacionales, transferencia bancarias son muy importantes para el buen desempeño de

la empresa exportadora. Por tal razón, es de gran importancia la cercanía a las diferentes instituciones financieras.

Los aspectos antes mencionados serán evaluados en escala de 1 al 5, siendo el más importante el que muestra un puntaje de 5 y el menos importante el que muestra un puntaje de 1. La siguiente tabla pretende resaltar el factor más importante a la hora de seleccionar un local para la instalación del Centro de Dirección (CD), según los criterios de los integrantes del grupo.

Tabla#41 Criterios de valoración

Criterio	Valoraciones			Total	%
Cercanía a los centros de trámites para las exportaciones	5	5	5	15	27.78
Disponibilidad de las comunicaciones	4	4	5	13	24.07
Facilidad de gestión y contratación con las empresas de servicios	5	4	5	14	25.93
Accesibilidad a las instituciones bancarias o institución financiera	3	4	5	12	22.22
Total	17	17	20	54	100.00

Fuente: Evaluación realizada por el grupo de trabajo.

En base a los criterios evaluados que son de gran importancia para la determinación del lugar óptimo donde se ubicará la oficina, deberá estar cercano a los centros de trámites para las exportaciones de los productos (27.78%). Luego se considera la facilidad de gestión y contratación de las empresas prestadoras de servicios (25.93%) y posteriormente las comunicaciones y bancos.

Los departamentos y municipios que a continuación se evalúan se escogieron en base a la disponibilidad que se puedan tener de acuerdo a los aspectos que se evaluaron anteriormente.

Departamento: Rivas plátanos

León maní

Chinandega maní

Managua

Municipio: Nueva Guinea yuca

Tabla#42 Valoración de Factores determinantes respecto a los departamentos o municipio.

Valoración	Rivas			T	León			T	Chinandega			T	Managua			T	Nueva Guinea			T
	Cercanía a los centros de trámites para las exportaciones	5	6	4	15	5	4	6	15	4	3	5	12	10	10	10	30	1	1	1
Disponibilidad de las comunicaciones	8	8	8	24	10	8	9	27	8	7	10	25	10	10	10	30	5	3	6	14
Facilidad de gestión y contratación con las empresas de servicios	8	7	5	20	7	5	4	16	6	4	5	15	9	9	10	28	3	2	5	10
Accesibilidad a las instituciones bancarias o institución financiera	9	8	9	26	9	9	10	28	9	8	9	26	10	10	10	30	1	1	1	3

Una vez que han sido evaluados los factores determinantes y la importancia de estos de acuerdo al departamento o municipio, se estimó el lugar más indicado y factible para la instalación del CD.

Para obtener estos resultados se utilizaron los porcentajes de la tabla anterior donde cada factor se multiplica por el total de cada una de las valoraciones por departamento o municipio. De los lugares a evaluar aquel que presente un mayor puntaje, las valoraciones se muestran a continuación.

Tabla # 43

Valoración	Rivas	León	Chinandega	Managua	Nueva Guinea
Cercanía a los centros de trámites para las exportaciones	4.17	4.17	3.33	8.33	0.83
Disponibilidad de las comunicaciones	5.78	6.50	6.02	7.22	3.37
Facilidad de gestión y contratación con las empresas de servicios	5.19	4.15	3.89	7.26	2.59
Accesibilidad a las instituciones bancarias o institución financiera	5.78	6.22	5.78	6.67	0.67
Total	20.91	21.04	19.02	29.48	7.46

Los resultados muestran que el Centro de Dirección (CD), según los criterios del grupo de trabajo, estaría mejor ubicado en Managua. Esto debido que en la capital se cuenta con la cercanía a los centros de trámites necesarios para la exportación de los productos, principal criterio adoptado.

5.11 Micro localización.

El CD estará ubicado de los semáforos del Hospital del Niño 1Cuadra al sur, 2 Cuadras al este y 30 metros al sur, Barrio Santa Lucia. Este local será una casa alquilada y que presta con todas las condiciones para el funcionamiento del CD.

Transporte: se utilizará como medio de transporte una motocicleta, la cual servirá para que el asistente realice todos los trámites y movimientos para el proceso de exportación de los productos.

Personal: El CD contará con dos personas los cuales son el Director y un asistente que se encargarán de realizar diversas funciones como: Contestación de pedidos, gestión de trámites, pagos a los empleados, búsquedas de nuevos clientes y gestión de todo el proceso de exportación.

Material:

- ✓ Utilería de Oficina
- ✓ Materiales de Limpieza

Equipo

- ✓ Computadora
- ✓ Teléfono Fijo
- ✓ Teléfono Celular
- ✓ Fax
- ✓ Impresora Multifuncional
- ✓ Escritorio
- ✓ Sillas
- ✓ Archivador
- ✓ Muebles
- ✓ Mesas
- ✓ Mini Split (Aire acondicionado)

Servicios

- ✓ Agua
- ✓ Luz
- ✓ Teléfono
- ✓ Internet

5.12 Canal de Distribución de los productos agrícolas.

La empresa exportadora en creación utilizará la siguiente forma para la comercialización de los tres productos agrícolas.

Productor – Acopiador Local – Exportador- Mercado Mayorista del país destino.

Productor: los productores de maní, tienen contratos que los obligan a vender sus productos a las empresas exportadoras. Estas a su vez, les financian las cosechas, maquinaria agrícola y todos los insumos necesarios así como también el asesoramiento técnico.

Acopiador Local: los productores llevan el producto a los acopiadores más cercanos de las empresas que tienen contrato. Es hasta aquí que llega la forma de cómo comercializan su producto los productores.

Exportador: Estos son los que controlan o sirven de acopiadores. Son los que procesan el maní en base a las exigencias o necesidades del cliente, para luego exportar.

Mercado Mayorista: Centro de acopio o abastecedor local en el país destino hacia donde exporta el producto (maní) desde Nicaragua.

Para ello se necesitará la intermediación de un agente de comercio internacional (bróker). Ver funciones de este agente en el **Anexo#4(Fichas ocupacionales) y Anexo#5 (brókeres reales)**.

5.13 Tipo de comercialización internacional a utilizar para la exportación de plátano, maní y yuca (INCOTERM).

Los Incoterms son los términos comerciales internacionales que definen y reparten claramente las obligaciones, gastos y riesgos del transporte internacional y del seguro, tanto entre el exportador y el importador. Estos términos son reconocidos como estándares internacionales por las autoridades aduaneras y las cortes en todos los países.

Cuando los comerciantes entran en un contrato para la compra y la venta de mercancías, están libres de negociar términos específicos en su contrato. Estos términos incluyen el precio, la cantidad, y las características de las mercancías. Cada contrato internacional contiene lo que se refiere como Incoterm (reglas internacionales para la interpretación de términos comerciales). El Incoterm seleccionado por los comerciantes de la transacción, determinará quién pagará el costo de cada segmento del transporte, quién es responsable de cargar y descargar la mercancía, y quién lleva el riesgo de la pérdida en un momento dado durante el envío internacional. Incoterms también influyen el valor de la mercancía importada a través de una aduana.

Para la **exportación** de los contenedores de **plátano y yuca** con destino a Miami y **maní** con destino a México se harán contratos de compra-venta en que se contemple el Incoterm **CIF** (Cost, Insurance and Freight -named destination port-) → 'coste, seguro y flete -puerto de destino convenido-'.

La empresa exportadora se hará cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino (Miami-USA o México). Aunque el seguro va a ser contratado por la empresa exportadora a la empresa de transporte de cargar internacional, el beneficiario del seguro va a ser el comprador. Pero, el riesgo se transfiere al

comprador en el momento que la mercancía pasa la borda del buque, en el puerto de embarque (Puerto Cortez- Honduras).

Para más información de los Incoterms tal como Referencia histórica, conceptos, finalidad, clasificación, análisis ver el **Anexo#6**.

5.14 Estrategias de Marketing para la exportación de los productos agrícolas.

Venta de los productos agrícolas:

1. Hacer contacto directo con las oficinas de brókeres en los países destinos para la venta de los productos a exportar.
2. Participar en ferias nacionales e internacionales para conocer, contactar y posiblemente hacer acuerdos de negociación directa con empresas importadoras de los productos agrícolas (sin intervención del o los brókeres).
3. Ser parte de la red de proveedores o empresas afiliadas al sistema de clientes internacionales COMTRADE del Centro de Inversiones y Exportaciones (CEI).
4. Buscar vía internet clientes o empresas importadoras potenciales.

Compra de los productos agrícolas:

De manera general la estrategia de la empresa en creación, para la obtención de los productos a exportar, va a ser un aumento en el pago de los productos. El pago de 0.20 centavos de córdobas más por cada unidad de plátano, incentiva al productor, ya que por cada contenedor (49,500 unidades) obtendría C\$9,900 adicionales. Esto representa un aumento de entre el 2.72% y 3% de los costos de materia prima o en su defecto \$450 menos por cada contenedor exportado.

5.15 Barreras arancelarias y no arancelarias de los productos a exportar.

Aranceles y reglas de origen para plátanos y yuca fresca.

- Para las exportaciones de plátanos desde Nicaragua hacia Centroamérica existe libre comercio (no se paga ningún arancel) y tampoco están sujetas a cuotas o contingentes.
- Para el caso de las exportaciones a Estados Unidos, son conforme a lista oficial de productos autorizados y publicados por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA). En el caso del plátano y yuca, estos están la lista de productos admisibles desde Nicaragua hacia Estados Unidos con arancel cero.
- La regla de origen para los plátanos y yuca especifica que deben de ser cultivadas y/o producidas en cualquier país en donde el CAFTA DR está en vigencia, pero que se pueden utilizar semillas o injertos provenientes de cualquier país del mundo.
- Para las importaciones de plátanos (HTS: 080300) y yuca (HTS: 071410) provenientes de los EE.UU., existe libre comercio (no se paga ningún arancel) y tampoco están sujetas a cuotas o contingentes.

Aranceles y reglas de origen para el maní

El Maní procedente de países con que no contamos con un TLC, tiene un Derecho arancelario de Importación (DAI) de un 10%, tiene un 15% de Impuesto de Valor Agregado (IVA), y el Impuesto selectivo de consumo es 0%.

Tabla No # 44 Aranceles Cobrados por Nicaragua.

<i>CODIGO</i>	<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>DAI</i>	<i>IVA</i>
12.02	CACAHUATES (CACAHUETES, MANIES) SIN TOSTAR NI COCER DE OTRO MODO, INCLUSO SIN CÁSCARA O QUEBRANTADOS.		
1202.10	Con cáscara:		
1202.10.10.00	Para siembra	0	E
1202.10.90.00	Otros	10	15
1202.20	Sin cáscara, incluso quebrantados:		
1202.20.10.00	Para siembra	0	E
1202.20.90.00	Otros	10	15

Fuente: SAC 2008

Mercado Común Centroamericano. El Maní goza de libre comercio en todo Centroamérica.

TLC México – Nicaragua. El Maní Nicaragüense entra libre de arancel al mercado mexicano a través de este tratado, asimismo el Maní Mexicano a Nicaragua.

TLC CA - República Dominicana. El Maní Nicaragüense entra libre de arancel al mercado de Rep. Dominicana, asimismo el Maní procedente de Rep. Dominicana a Nicaragua.

TLC CAFTA-DR. Este Tratado permite la entrada del Maní nicaragüense libre de aranceles bajo cuota al mercado estadounidense, la cual es de 10,000 toneladas métricas anuales con un crecimiento anual de 1,000 TM cada año a partir del año 2011 hasta el año 2019, y a partir del 2012 la entrada de maní nicaragüense es ilimitada; Fuera de cuota el arancel NMF es de 131.8% y 163.8%; en cambio el Maní procedente de Estados Unidos paga un arancel de 3.5% a la entrada de Nicaragua.

SGP Unión Europea. El Maní Nicaragüense entra libre de arancel a la Unión Europea, mientras que el Maní procedente de la Unión Europea paga el 10% de DAI en Nicaragua.

SGP Canadá. El Maní Nicaragüense no paga arancel en Canadá, mientras que el Maní procedente de Canadá paga el 10% de DAI en Nicaragua.

TLC Nicaragua- Taiwán. Este Tratado permite la entrada del Maní nicaragüense libre de aranceles al mercado taiwanés, bajo una cuota de 250 Toneladas anuales; en cambio el Maní procedente de Taiwán paga un arancel de 4% a la entrada de Nicaragua.

Para mayor información de los aranceles y Medidas no arancelarias contempladas en los Tratados de Libre Comercio México - Nicaragua y DR-CAFTA ver **Anexo#7**.

5.16 Constitución Legal de la empresa exportadora

Para el inicio de operaciones y puesta en marcha de la empresa exportadora de productos agrícolas se harán pagos y trámites en instituciones gubernamentales (Registro Mercantil de Managua, Dirección General de Ingresos, Alcaldía de Managua, Ministerio de Fomento, Industria y Comercio). Ver detalle en el **Anexo#8**. La empresa se constituirá como una Sociedad Anónima de Capital Privado, cuyo nombre comercial será JEYACA S,A.

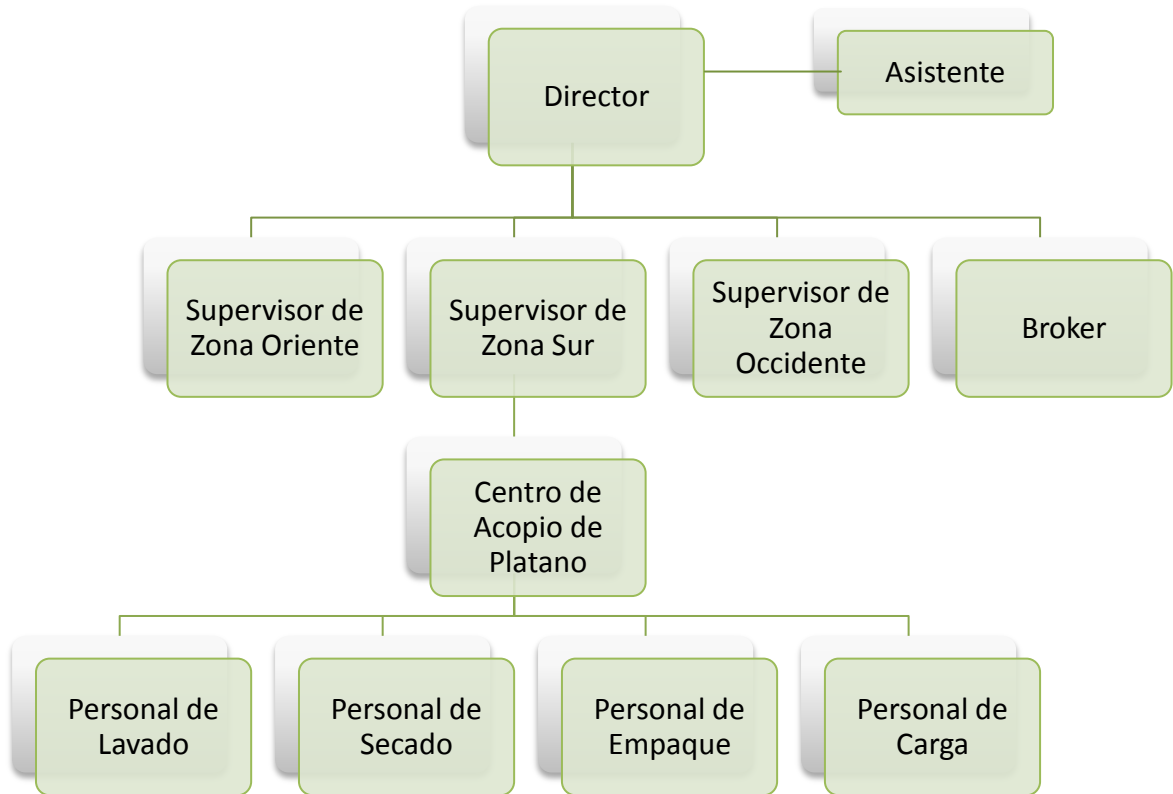
5.17 Requisitos Trámites Básicos para Inicio de Operaciones

Para la exportación de los productos agrícolas es necesaria la realización de trámites nacionales (permisos ante el CETREX, MAG-FOR, Food and Drug Administration -- FDA). Ver detalle en el **Anexo#9**.

5.18 Organigrama propuesto de la empresa exportadora:

Para velar por la más eficiente ejecución y administración de la empresa se propone realizar la siguiente estructura de organización y administración. La cual contará con un director general de la empresa, un (a) asistente encargado (a) de todo la gestión de trámites.

En las zonas de occidente, Nueva Guinea y Rivas se contará con supervisores encargados de que los productos estén listos en tiempo y forma para su exportación (3). El supervisor de Rivas tendrá a cargo al personal del Centro de Acopio (CA).



5.19 Diagrama de recorrido del traslado de producto hacia su destino final.



En el mapa se presenta la distribución de los productos (plátano, maní y yuca) de finca a los centros de acopio, el procesamiento los productos para la exportación en los centros de acopio (región de producción) y el traslado de los contenedores hacia su destino final. Ver el detalle de la distribución de cada producto en **Anexo#10**.



“Estudio de pre-factibilidad para la creación de una empresa que comercialice al exterior, Maní y Yuca”

6.1 Introducción.

El objetivo de este capítulo es analizar la información que proveen los **Estudios de Mercado y Técnico** para definir la cuantía de las inversiones del proyecto, a fin de ser incorporadas en la proyección de flujos de caja que posibilite su posterior evaluación.

También se estima el monto de la inversión fija que corresponde a las obras civiles del Centro de Acopio (CA) en Rivas, obras físicas, equipo del CA, equipos de oficinas en Managua, y otras. De igual manera, se calcula la inversión diferida y el capital de trabajo que se necesita para la creación e inicio de operaciones (primer mes) de la empresa exportadora.

Se determinará el punto de equilibrio el cual señala el nivel de producción en que los ingresos son exactamente iguales a los costos totales incurridos. Por último se presenta el flujo neto de efectivo proyectado a seis años. Primero con los tres productos agrícolas y después solo dos.

6.2. Determinación de los ingresos.

6.2.1 Ingresos por venta de los rubros (Plátano, Maní y Yuca).

Los ingresos totales de la empresa se obtienen de los volúmenes de ventas proyectados con los respectivos precios (precios promedios) de venta de los rubros a exportar. Estos precios fueron tomados del comportamiento de los precios internacionales. Dichos ingresos serán obtenidos de las exportaciones de los rubros que venderá la empresa. El incremento de estos en cada año se debe al incremento anual de los precios (estimaciones) y toda la logística de exportación (transporte, seguros, trámites aduaneros, permisos), ya que los

volúmenes de venta permanecerán constantes en los 6 años de evaluación del proyecto.

En la **tabla #45** se muestra el consolidado de los ingresos proyectados durante la operación de Centro de Acopio y oficina en un periodo de 6 años en el que se observa un incremento anual de los ingresos debido a aumentos estimados en los precios de venta (**ver anexo #9, tablas 1,2 y 3**).

Tabla #45. Ingresos totales proyectados (2011-2016)

Producto	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Plátano	3.888.000,00	3.965.760,00	4.045.075,20	4.125.976,70	4.208.496,24	4.292.666,16
Yuca	1.900.800,00	1.938.816,00	1.977.592,32	2.017.144,17	2.057.487,05	2.098.636,79
Maní	4.524.423,49	4.614.911,96	4.707.210,20	4.801.354,40	4.897.381,49	4.995.329,12
Total	10.313.223,49	10.519.487,96	10.729.877,72	10.944.475,27	11.163.364,78	11.386.632,07

6.2.2 Otros Ingresos.

Valor de Salvamento.

El monto total de ingreso correspondiente al Valor de Salvamento es de US\$ 37, 262.18, los cuales son por obras civiles en el Centro de Acopio **-CA-** en Rivas. (**Tabla#59**)

Capital de Trabajo

Para efecto de evaluación de la empresa el Capital de Trabajo se recupera en el año 2016 y es equivalente a un monto de US\$ 905, 853.19 (**ver Tabla#67**).

6.3 Determinación de los costos de producción.

Los costos que se incluyen son los de Materia Prima (MP), Mano de Obra Directa (MOD), Mano de Obra Indirecta (MOI). Los montos de estos, incrementan anualmente en un 4.10% en los costos de MP y en un 3% en la MOD y la MOI que corresponde a la tasa de inflación anual estimada y al aumento salarial

estimado. Estas estimaciones se hacen en incrementos monetarios en dólares americanos, en base a las fluctuaciones en los indicadores económicos del país.

A continuación, en la **Tabla #46** se puede observar el incremento de los costos totales de producción para el periodo 2011_2016.

Tabla #46. Costos totales de producción

Concepto/Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
MP	6.915.311,27	7.198.839,03	7.493.991,44	7.801.245,08	8.121.096,13	8.454.061,07
MOD	60.600,00	62.418,00	64.290,54	66.219,26	68.205,83	70.252,01
MOI	665.692,73	679.245,31	693.076,10	707.190,89	721.595,57	736.296,17
Total	7.641.604,00	7.940.502,34	8.251.358,08	8.574.655,23	8.910.897,54	9.260.609,26

6.3.1 Costo de Materia Prima (MP).

Estos son los costos en que se incurrirá para vender los productos agrícolas de exportación (Plátano, Maní y Yuca)

En la **Tabla #47** se presentan los costos totales de materia prima para el periodo 2011-2016 por rubro. Todos los costos anuales se incrementan en base a una tasa de inflación del 4.10% -según el IPC del BCN-. Para conocer los costos de materia prima para el primer año ver (**anexo #9, tablas 4, 5 y 6**).

Tabla #47. Costos totales de Materia Prima-US\$-

A. Producto: plátano						
Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
compra de plátanos	1.620.000,00	1.686.420,00	1.755.563,22	1.827.541,31	1.902.470,51	1.980.471,80
Cajas de Cartón	287.280,00	299.058,48	311.319,88	324.083,99	337.371,44	351.203,67
Total	1.907.280,00	1.985.478,48	2.066.883,10	2.151.625,30	2.239.841,94	2.331.675,46

B. Producto: Yuca						
Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Compra yuca	1.069.200,00	1.113.037,20	1.158.671,73	1.206.177,27	1.255.630,53	1.307.111,39
Cajas de Cartón	158.004,00	164.482,16	171.225,93	178.246,20	185.554,29	193.162,02
Total	1.227.204,00	1.277.519,36	1.329.897,66	1.384.423,46	1.441.184,82	1.500.273,40

C. Producto: Maní						
Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Compra maní	3.695.327,27	3.846.835,69	4.004.555,95	4.168.742,75	4.339.661,20	4.517.587,31
Sacos/exportación	85.500,00	89.005,50	92.654,73	96.453,57	100.408,17	104.524,90
Total	3.780.827,27	3.935.841,19	4.097.210,68	4.265.196,32	4.440.069,37	4.622.112,21

6.3.2 Costos de Transporte o Costos de Envíos.

Son todos los costos que se pagarán a las compañías de transporte navieras y terrestres para trasladar el producto hacia sus destinos. Desde Nicaragua a Puerto Cortez (Honduras) y de Puerto Cortez hacia Miami-USA (lugar de destino para el plátano y la yuca) y de Nicaragua hacia México (destino del Maní). Estos destinos fueron la base del precio estimado por el número de contenedores. Otros destinos implican otros costos. Además se presentan los costos estimados de transporte desde las fincas de los productores hacia el Centro de Acopio-CA- y los costos de transporte de las cajas y sacos hacia la empacadora Vargas (Nueva Guinea), al Centro de Acopio-CA- en (Rivas) y a las instalaciones de COMASA (Chinandega) o CUKRA Industrial S,A (León). Para conocer los costos de envío de los contenedores, transporte de plátanos, cajas y sacos del primer año ver **(anexo #9, tablas 7 y 8)**.

Tabla #48. Costos de Transporte (US\$).**Cálculo de los costos de envío de los contenedores**

Concepto/Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Plátano(240)	1.128.000,00	1.174.248,00	1.222.392,17	1.272.510,25	1.324.683,17	1.378.995,18
Yuca (132)	620.400,00	645.836,40	672.315,69	699.880,64	728.575,74	758.447,35
Maní (380)	1.330.000,00	1.384.530,00	1.441.295,73	1.500.388,85	1.561.904,80	1.625.942,89
Total	3.078.400,00	3.204.614,40	3.336.003,59	3.472.779,74	3.615.163,71	3.763.385,42

Tabla #49. Costos de transporte de plátanos, envíos de cajas y sacos (US\$).**Cálculo de los costos de transporte de finca a Centro de Acopio, cajas y sacos**

Concepto/Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Plátano	19.636,36	20.441,45	21.279,55	22.152,02	23.060,25	24.005,72
Cajas/plátano	545,45	567,82	591,10	615,33	640,56	666,83
Cajas/Yuca	818,18	851,73	886,65	923,00	960,84	1.000,24
Sacos/Maní	436,36	454,25	472,88	492,27	512,45	533,46
Total	21.436,36	22.315,25	23.230,18	24.182,62	25.174,10	26.206,24

6.3.3 Costos de Mano de Obra Directa (MOD)

En la tabla #50 se presenta el cálculo de la mano de Obra Directa considerada en el proceso de producción 2011-2016, la cual será el salario de los trabajadores (personal de lavado, secado y empaque) del Centro de Acopio en Rivas. Para conocer los costos por salarios (MOD) del primer año ver **Anexo #9 tabla9**.

Tabla #50. Costos anuales de Mano de Obra Directa (US\$).

Cálculo de la Mano de Obra Directa (MOD) por producto:

Producto: plátano						
Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Salarios	45.000,00	46.350,00	47.740,50	49.172,72	50.647,90	52.167,33
INSS PATRONAL (16%)	7.200,00	7.416,00	7.638,48	7.867,63	8.103,66	8.346,77
INATEC (2%)	900,00	927,00	954,81	983,45	1.012,96	1.043,35
Vacaciones	3.750,00	3.862,50	3.978,38	4.097,73	4.220,66	4.347,28
Aguinaldo	3.750,00	3.862,50	3.978,38	4.097,73	4.220,66	4.347,28
Total	60.600,00	62.418,00	64.290,54	66.219,26	68.205,83	70.252,01

6.3.4 Costo de la Mano de Obra Indirecta (MOI).

La mano de obra indirecta la constituye todo aquel personal que influye indirectamente en el CA y en las operaciones de la empresa exportadora. En la tabla #51 se presentan estos costos. Para conocer los costos por salarios y servicios externos (MOI) ver **Anexo #9 tabla 10, 11, 12 y 13.**

Tabla #51. Costo anual de la Mano de Obra Indirecta (US\$).

A. Producto: plátano						
Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Salarios	6.818,18	7.022,73	7.233,41	7.450,41	7.673,92	7.904,14
INSS PATRONAL (16%)	1.090,91	1.123,64	1.157,35	1.192,07	1.227,83	1.264,66
INATEC (2%)	136,36	140,45	144,67	149,01	153,48	158,08
Vacaciones	568,18	585,23	602,78	620,87	639,49	658,68
Aguinaldo	568,18	585,23	602,78	620,87	639,49	658,68
Total	9.181,82	9.457,27	9.740,99	10.033,22	10.334,22	10.644,24

B. Producto: Maní						
Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Salarios	5.454,55	5.618,18	5.786,73	5.960,33	6.139,14	6.323,31
INSS PATRONAL (16%)	872,73	898,91	925,88	953,65	982,26	1.011,73
INATEC (2%)	109,09	112,36	115,73	119,21	122,78	126,47
Vacaciones	454,55	468,18	482,23	496,69	511,59	526,94
Aguinaldo	454,55	468,18	482,23	496,69	511,59	526,94
Costos por limpieza/Desc.	641.820,0 0	654.656,4 0	667.749,5 3	681.104,5 2	694.726,6 1	708.621,1 4
Total	649.165,4 5	662.222,2 2	675.542,3 2	689.131,1 0	702.993,9 8	717.136,5 4

C. Producto: Yuca						
Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Salarios	5.454,55	5.618,18	5.786,73	5.960,33	6.139,14	6.323,31
INSS PATRONAL (16%)	872,73	898,91	925,88	953,65	982,26	1.011,73
INATEC (2%)	109,09	112,36	115,73	119,21	122,78	126,47
Vacaciones	454,55	468,18	482,23	496,69	511,59	526,94
Aguinaldo	454,55	468,18	482,23	496,69	511,59	526,94
Total	7.345,45	7.565,82	7.792,79	8.026,58	8.267,37	8.515,40

6.4 Determinación de los Costos Administrativos.

Los costos administrativos están constituidos por los sueldos del gerente general, asistente, afanadora, vigilante (personal de la oficina en Managua) y los gastos de papelería y mantenimiento general necesarios. Estos costos se presentan en la tabla #52. Los salarios tienen un crecimiento anual del 3%, el mantenimiento y la papelería un 4.10% (ver tablas# 48-51).

Tabla #52. Costos anuales administrativos- Oficina (US\$).

Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Salario Gerente General	6.857,14	7.062,86	7.274,74	7.492,99	7.717,77	7.949,31
Salario Bróker	103.132,23	105.194,88	107.298,78	109.444,75	111.633,65	113.866,32
Salario Asistente	2.727,27	2.809,09	2.893,36	2.980,16	3.069,57	3.161,66
Salario Afanadora	654,55	674,18	694,41	715,24	736,70	758,80
Salario de Guarda de Seg.	1.636,36	1.685,45	1.736,02	1.788,10	1.841,74	1.896,99
INSS PATRONAL (16%)	1.900,05	1.957,05	2.015,77	2.076,24	2.138,53	2.202,68
INATEC (2%)	237,51	244,63	251,97	259,53	267,32	275,34
Vacaciones	935,06	963,12	992,01	1.021,77	1.052,42	1.084,00
Aguinaldo	935,06	963,12	992,01	1.021,77	1.052,42	1.084,00
Mantenimiento General	230,00	239,43	249,25	259,47	270,10	281,18
Papelería	330,08	343,61	357,70	372,37	387,63	403,53
Total	119.575,33	122.137,42	124.756,01	127.432,38	130.167,86	132.963,79

6.4.1 Costos de los servicios básicos.

Los costos que se incluyen en esta parte son los de energía eléctrica, teléfono, consumo de agua potable para el funcionamiento del Centro Acopio-CA- y oficina.

En la Tabla #53 se especifica el valor estimado por cada servicio básico para el año 2011. Los costos de servicios de energía eléctrica y agua potable son calculados únicamente para el Centro de Acopio (CA) ya que el contrato de arriendo de la oficina incluye en el pago estos servicios. Los gastos de teléfono e internet se dividen en un 80% para uso de las actividades de la oficina y el otro 20% para las actividades del CA.

Tabla #53. Costos de servicios básicos (US\$) del CA y de la oficina para el año 2011.

Concepto	Unidad/Med.	Cantidad	Costo Unit.	Total
Energía E.	Kw/h	3.000	0,14	422,59
Agua Pot.	M3	5.455	0,30	1.611,80
Teléfono	Min.	3.600	0,23	818,18
Internet	Mes	12	50,00	600,00
Alquiler CA	Mes	12	200,00	2.400,00
Alquiler OF.	Mes	12	300,00	3.600,00
Total				9.452,57

Tabla #54 Costos de servicios básicos -US\$- (2011-2016)

Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Costo.Serv.Gen.	9.452,57	9.641,62	9.834,45	10.031,14	10.231,77	10.436,40

6.4.2 Costos de Mantenimiento.

Se pagará por mantenimiento a los siguientes equipos:

- Aire acondicionado, cada tres meses.
- Computadoras, cada tres meses.

En la siguiente tabla se detallan los costos de mantenimiento de equipos para el año 2011.

Tabla #55. Costo de mantenimiento de equipos (2011).

Concepto	Cantidad	Costo Unit.	Mantenimiento Total anual (US\$)
Computadora	4	17,25	69,00
Aire Acondicionado	4	40,25	161,00

En la siguiente tabla están los costos de mantenimiento proyectados para el periodo 2011-2016.

Tabla #56. Costos anuales de mantenimiento general (US\$).

Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Mantenimiento General	230.00	239.43	249.25	259.47	270.10	281.18

6.4.3 Gastos de papelería.

Los gastos de papelería se detallan en la siguiente tabla para el año 2011. Esta papelería es la calculada para el funcionamiento de las operaciones de la empresa exportadora.

Tabla #57. Gastos de papelería- US\$- para el año 2011.

Gastos de papelería para el año 2011				
Concepto	Unidad/Med	Cantidad	Costo Unit.*	Total
Papel	Resma	6	8,76	52,56
Engrapadora	Unidad	1	2,94	2,94
Grapas	Caja	6	0,60	3,60
Clips metálicos	Caja	3	0,54	1,61
Folders	Caja	6	9,79	58,74
Lapiceros	Caja	2	1,63	3,26
Lápices	Caja	2	0,89	1,79
Borradores	Unidad	12	0,09	1,04
Cartuchos/Imp.	Unidad	6	24,66	147,94
Calculadora	Unidad	1	6,82	6,82
Perforadora	Unidad	1	1,21	1,21
Fastenes	Caja	3	1,45	4,36
Tijeras	Unidad	1	1,05	1,05
Reglas	Unidad	1	0,12	0,12
Subtotal				287,03
IVA (15%)				43,05
Total				330,08

* El Costo Unitario es calculado en US\$. Tipo de cambio: 22X1

En la siguiente tabla se presentan los gastos totales por papelería (2011-2016).

Tabla #58. Gastos de Papelería -US\$-

Concepto	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Costo Total	330,08	343,61	357,70	372,37	387,63	403,53

6.5 Depreciación y Amortización

Depreciación.

En la siguiente tabla se presentan las cuotas anuales a deducir como reserva por depreciación, cabe señalar que el método de depreciación utilizado por la empresa será el de línea recta, de acuerdo a la ley de equidad fiscal vigente en el país.

Tabla #59. Depreciación anual -US\$-(2011-2016)

Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Valor Salvamento
Obras civiles	7.875,00	7.875,00	7.875,00	7.875,00	7.875,00	7.875,00	37.262,18
Equipo de Oficina/CA	996,97	996,97	996,97	448,70	448,70	109,25	0.00
Total	8.871,96	8.871,96	8.871,96	8.323,69	8.323,69	7.984,25	37.262,18

Los detalles de esta depreciación para los equipos de oficina/CA se muestran en el **Anexo#9 Tabla14**. La depreciación de las obras civiles resulta de dividir el total de la inversión entre 10 (tiempo estimado en # de años para las obras civiles).

6.5.1 Amortización.

En la siguiente tabla se presentan las cuotas anuales, correspondientes al cargo de amortización de la inversión intangible, para ello se dividió el total de la inversión intangible (**Tabla#66**) entre el número de los años proyectados (6).

Tabla #60. Amortización de inversión intangible -US\$- (2011-2016).

Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Amortización	288,17	288,17	288,17	288,17	288,17	288,17

6.6 Inversiones

Las inversiones se dividieron en tres tipos: inversión fija, inversión diferida o intangible e inversión en capital de trabajo, los totales para cada una de ellas en el año 2010 se muestran en la siguiente tabla:

Tabla #61 Inversión Total.

Inversión	Año cero (2010)-US\$-
Inversión Fija	103.977,84
Inversión Intangible	1.729,00
Inversión Capital de Trabajo	905.853,19
Inversión Total	1.011.560,03

La inversión fija resulta de sumar la inversión de obras civiles más la inversión de equipos de administración, equipos del Centro de Acopio y equipos no depreciables (**Tablas# 63,64 y 65**).

A continuación el detalle de las obras civiles, principalmente las relacionadas a la construcción del Centro de Acopio en Rivas. Cuyo monto asciende a C\$1732,499.43 o su equivalente de US\$78, 750 (ochenta y dos mil quinientos dólares americanos al tipo de cambio 22*1).

6.6.1 Inversión Fija (Centro de Acopio en Rivas)

La inversión en activos tangibles es realizada para adquirir bienes tangibles que sirvan de apoyo a la operación normal de la empresa. Los montos de la inversión fija se detallan en la siguiente tabla.

Tabla #62 Costo en obras civiles

REMODELACION DE BODEGA DE PLANTA PROCESADORA.

ETAPA	SUB ETAPA	ACTIVIDAD	DESCRIPCION.	U/M	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (C\$)	MONTO TOTAL (C\$)
010		PRELIMINARES		m ²	2,500.00	19.13	47,826.09
	010-01	Limpieza inicial.	Limpieza manual de todo el terreno a utilizar.	m ²	2,500.00	1.74	4,347.83
	010-02	Enmallado de perímetro de la planta.	Construcción de malla ciclón a lo largo de todo el perímetro.	mts	100.00	434.78	43,478.26
020		ACONDICIONAMIENTO DE INSTALACIONES EXISTENTES		m ²	2,500.00	22.77	56,913.41
	020-01	Reparación de portones y obras de protección y seguridad.	Reparar puertas y portones para brindar protección y resguardo de la planta.	Unid	2.00	1,340.87	2,681.74
	020-02	Acondicionamiento del área de descarga.	Consiste en la construcción de bordillos de mampostería y embaldosado del área con el objetivo de proporcionar las condiciones y niveles adecuados en el área requerida para la descarga del producto.	m ²	115.00	228.10	26,231.67
	020-03	Instalaciones eléctricas y luminarias.	Instalación de lámparas y tomacorrientes según las requeridas pos cada ambiente.	unid	15.00	173.91	2,608.70
	020-04	Luminarias externas.	Instalación de luminaria en las áreas de parqueo, descarga, comedores y oficina.	unid	6.00	2,608.70	15,652.17
	020-05	Pintura de paredes y portones.	Pintura de protección de las paredes existentes y portones.	m ³	560.00	17.39	9,739.13

Estudio Financiero

030		OBRAS DE INFRAESTRUCTURA NUEVAS		m ³	1,653.54	785.04	1298,098.84
	030-01	Pila de lavado de plátano	Construcción de pila de mampostería de don compartimientos para el lavado de plátanos con capacidad para ubicación de 20 personas.	mts	17.40	3,043.48	52,956.52
	030-02	Área de secado de plátanos	Construcción de paredes de mampostería y piso de concreto para aislar el área de secado del resto de la planta. Instalación de los equipos de ventilación para el secado de plátanos.	m ²	65.52	1,600.00	104,832.00
	030-03	Área de etiquetado y empaçado.	Construcción de paredes de mampostería y piso de concreto para aislar el área de etiquetado y envasado del resto de la planta. Instalación de los equipos y mobiliarios requeridos para tal actividad.	m ²	65.52	1,600.00	104,832.00
	030-04	Bodega de almacenamiento de cajas.	Construcción de bodega de almacenamiento de cajas, de paredes de mampostería contiguo a la planta existente.	m ²	120.00	2,608.70	313,043.48
	030-05	Pila de lavado de cajillas.	Construcción de pilas de mampostería para el lavado de cajillas.	mts	27.00	619.13	16,716.52
	030-06	Área de limpieza de cajillas.	Consiste en la construcción de bordillos de mampostería y piso de concreto para ser utilizado en la limpieza de cajillas.	m ²	200.00	226.09	45,217.39
	030-07	Canales de drenaje.	Construcción de canales de drenaje para el desagüe interno de la planta.	mts	114.00	310.56	35,403.73

Estudio Financiero

	030-08	Estacionamientos y parqueos.	Acondicionamiento del área de estacionamiento y parqueos a través de la colocación de una capa de material selecto como carpeta de rodamiento, considerando sus obras de drenaje natural.	m ²	1,000.00	248.45	248,447.20
	030-09	Baños, Duchas y vestidores.	Construcción de baños, duchas y área de vestidores para los operadores de la planta, ubicados fuera de las instalaciones existentes.	m ²	75.00	2,000.00	150,000.00
	030-10	Cocina comedor.	Construcción de un comedor y cocina de paredes de mampostería ubicados en un área externa y aislada de la planta con su adecuada iluminación y ventilación.	m ²	80.00	1,230.00	98,400.00
	030-11	Oficinas	Construcción de oficina para el personal responsable y supervisor de la planta.	m ²	47.50	2,700.00	128,250.00
040		OBRAS EXTERIORES.		m ²	190.00	454.46	86,347.83
	040-01	Planta de tratamiento.	Construcción de planta de tratamiento de aguas residuales.	unid	1.00	35,865.75	35,865.75
		Andenes de concreto.		m ²	190.00	391.30	74,347.83
	040-02	Caseta del guarda de seguridad.		m ²	1.00	12,000.00	12,000.00
130		LIMPIEZA FINAL Y ENTREGA		m ²	2,500.00	1.74	4,347.83
	130-01	Limpieza Final y Entrega		m ²	2,500.00	1.74	4,347.83
(a) TOTAL COSTO DIRECTO							1493,533.99
(g) IMP. AL VALOR AGREGADO (15% sobre f)							224,030.10
(h) IMPUESTO MUNICIPAL (% sobre f)							14,935.34
TOTAL EN C\$ (f + g + h)							1732,499.43

6.6.2 Inversión en equipos para administración.

Tabla #63 Inversión para equipo de administración/Oficina (US\$)

Descripción	Cantidad	Costo Unit.	Total
Escritorios	1	203,86	203,86
Sillas	2	108,16	216,32
Muebles (Juego)	1	1.124,85	1.124,85
Computadoras	2	547,40	1.094,80
Impresora	1	217,64	217,64
Aire Acondicionado	1	655,50	655,50
Telefax	1	80,50	80,50
Teléfono	2	32,27	64,53
Archivador	1	164,66	164,66
Total			3.822,66

6.6.3 Inversión en equipo para producción.

Tabla #64. Inversión para equipo para centro de acopio (US\$)

Descripción	Cantidad	Costo Unit.	Total
Escritorios	1	203,86	203,86
Sillas	1	108,16	108,16
Telefax	1	80,50	80,50
Abanicos	4	405,32	1.621,27
Carretillas	10	41,32	413,16
Estantes	1	65,84	65,84
Báscula	2	51,42	102,84
Selladoras	8	150,00	1.200,00
Total			3.795,63

6.6.4 Inversión en equipo de producción no depreciable.

Tabla #65. Inversión de equipos no depreciables (US\$).

Descripción	Cantidad	Costo Unit.	Total
Cuchillos	20	1,59	31,82
Batas Plásticas	34	4,70	159,95
Botas hule(par)	34	1,36	46,36
Guantes/Lavado	34	2,13	72,49
Guantes/Carga	5	2,01	10,03
Gorros	34	1,31	44,43
Cajillas 1	1115	8,63	9.616,88
Cajillas 2	1115	6,84	7.627,61
Total			17.609,58

6.6.5 Inversiones diferidas o intangibles.

La inversión diferida, es todo aquel monto en que se incurre para la adquisición de activos intangibles necesarios para poner en marcha la empresa exportadora. El monto de la inversión diferida se presenta en la Tabla.

Tabla #66. Costo total de la inversión diferida (US\$).

Concepto	US\$
Personería jurídica	500,00
Registro CETREX	30,00
Registro MAG-FOR	50,00
Registro DGA	60,00
Registro FDA	120,00
Conexión telefónicas	69,00
Conexión Internet	100,00
Contratos	800,00
Total	1.729,00

6.6.6 Inversión en Capital de Trabajo.

La inversión de capital de trabajo la constituyen todos los recursos corrientes necesarios para el inicio de operaciones de la empresa exportadora, esta inversión cubrirá el primer mes de apertura de la empresa.

En la siguiente tabla se detallan los costos de capital de trabajo para el primer ciclo de exportación de la empresa.

Tabla #67. Capital de trabajo (US\$).

Concepto	Plátano	Yuca	Maní	Oficina	Total
Costo de MP	158.940,00	102.267,00	315.068,94	0,00	576.275,94
Costo de MOD	5.050,00	0,00	0,00	0,00	5.050,00
Costo de MOI	765,15	612,12	54.097,12	0,00	55.474,39
Costo Servicios Básicos	787,71	0,00	0,00	0,00	787,71
Sueldos administrativos	0,00	0,00	0,00	9.917,94	9.917,94
Papelería				27,51	27,51
Costo de envío de contenedores	95.681,82	51.768,18	110.869,70	0,00	258.319,70
Total	261.224,68	154.647,30	480.035,76	9.945,44	905.853,19

6.7 Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio (PEQ) es aquel nivel de producción de bienes en el que se igualan los ingresos totales (ITO) y los costos totales (CTO); debajo de este nivel habrá una pérdida y por encima habrá una utilidad.

El análisis del punto de equilibrio obliga a realizar un estudio del comportamiento de los costos fijos y variables de la empresa (**Anexo#9, tablas 15-20**).

Costos variables totales (CVT): son aquellos en el que el costo fijo total permanece constante dentro de un rango relevante de producción.

El punto de equilibrio en dinero (US\$) para el periodo 2011-2016 se presentan en la siguiente tabla y su cálculo se realizó a través de la siguiente fórmula.

$$PEQ_{(US\$)} = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{ITO}\right)}$$

Tabla #68. Punto de Equilibrio –US\$-.

Concepto/Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ingresos	10.313.223,49	10.519.487,96	10.729.877,72	10.944.475,27	11.163.364,78	11.386.632,07
CVT	9.452,57	9.641,62	9.834,46	10.031,14	10.231,77	10.436,40
CFT	10.750.312,33	11.176.303,96	11.619.463,81	12.079.941,28	12.559.559,05	13.058.185,17
PEQ	10.760.174,55	11.186.556,99	11.630.123,39	12.091.023,29	12.571.081,05	13.070.164,61

Según los resultados son mayores los costos totales en el periodo que los ingresos totales estimados. La diferencia real se podrá determinar mejor en el FNE, con los flujos ya descontados que a continuación se presenta.

6.8 Flujo Neto de Efectivo (FNE).

El flujo neto de efectivo es la diferencia que hay entre los ingresos provenientes de las exportaciones de los rubros, menos los costos en que incurrirá la Empresa Exportadora incluyendo pagos de tributos sobre la base de la ley de Impuesto sobre la Renta (IR). Estos costos son: costos de producción, costos de administración, costos de comercialización de los rubros, depreciación y amortización.

Tabla #69. Flujo Neto de Efectivo- (Proyecto Puro)

En la siguiente tabla se presenta el Flujo Neto de Efectivo proyectado, que permitirá medir la rentabilidad del proyecto.

Concepto	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ingresos		10.313.223,49	10.519.487,96	10.729.877,72	10.944.475,27	11.163.364,78	11.386.632,07
Costos de producción		10.741.440,36	11.167.432,00	11.610.591,85	12.071.617,59	12.551.235,35	13.050.200,92
Costos de Administración		119.575,33	122.481,04	125.113,71	127.804,75	130.555,49	133.367,32
Depreciación		8.871,96	8.871,96	8.871,96	8.323,69	8.323,69	7.984,25
Amortización		288,17	288,17	288,17	288,17	288,17	288,17
Utilidad antes de IR		-556.952,33	-779.585,21	-1.014.987,98	-1.263.558,92	-1.527.037,92	-1.805.208,58
IR (30%)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad después de IR		-556.952,33	-779.585,21	-1.014.987,98	-1.263.558,92	-1.527.037,92	-1.805.208,58
Depreciación		8.871,96	8.871,96	8.871,96	8.323,69	8.323,69	7.984,25
Amortización		288,17	288,17	288,17	288,17	288,17	288,17
Valor de Salvamento							37.262,18
Inversión	-1.011.560,03						
Capital de Trabajo							905.853,19
FNE	-1.011.560,03	-547.792,20	-770.425,08	-1.005.827,85	-1.254.947,06	-1.518.426,06	-853.820,79

En el Flujo Neto Efectivo del proyecto puro se refleja la inversión inicial (año 2010) la cual es de US\$ 1.011.560,03 (pág. 175). Durante el periodo de evaluación se muestran todos los ingresos y egresos generados de las operaciones de la empresa observándose un Flujo Neto Efectivo con valores negativos dando como resultado un **VAN** de **-3.206.702,80**.

Lo que corresponde con lo calculado en el Punto de Equilibrio (**Tabla#68**), debido a que los costos de producción y comercialización son mayores que los ingresos estimados de la venta de los tres productos agrícolas. Un análisis individual determinó que los costos de compra y comercialización del maní son los que incrementan los costos totales (**Anexo#9 Tabla21**). Por tanto a partir de aquí se excluye la exportación del maní, quedando únicamente la exportación del plátano y yuca. El detalle del ingreso proveniente de la exportación de plátanos y yuca está en el **Anexo#9 Tablas 22-24**.

Tabla#70. Punto de Equilibrio –US\$-. (Sin maní)

Concepto/Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ingresos	5.788.800,00	5.904.576,00	6.022.667,52	6.143.120,87	6.265.983,29	6.391.302,95
CVT	9.452,57	9.641,62	9.834,46	10.031,14	10.231,77	10.436,40
CFT	3.220.483,24	3.351.310,90	3.487.477,04	3.628.651,51	3.776.157,88	3.929.344,76
PEQ	3.225.750,59	3.356.792,23	3.493.181,08	3.634.586,46	3.782.334,08	3.935.771,51

En base a los resultados, ahora son mayores los ingresos totales en el periodo 2011-2016, que los costos totales estimados. Lo que es un buen indicador de la pre-factibilidad del proyecto. La diferencia real se puede determinar mejor en el FNE, con los flujos ya descontados que a continuación se presentan.

Tabla #71. Flujo Neto de Efectivo- (Sin maní)

Concepto	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ingresos		5.788.800,00	5.904.576,00	6.022.667,52	6.143.120,87	6.265.983,29	6.391.302,95
Costos de producción		4.981.011,27	5.184.384,33	5.396.070,24	5.616.409,05	5.845.754,75	6.084.475,82
Costos de Administración		119.575,33	122.137,42	124.756,01	127.432,38	130.167,86	132.963,79
Depreciación		8.871,96	8.871,96	8.871,96	8.323,69	8.323,69	7.984,25
Amortización		288,17	288,17	288,17	288,17	288,17	288,17
Utilidad antes de IR		679.053,27	588.894,11	492.681,14	390.667,58	281.448,82	165.590,93
IR (30%)		203.715,98	176.668,23	147.804,34	117.200,27	84.434,65	49.677,28
Utilidad después de IR		475.337,29	412.225,88	344.876,80	273.467,30	197.014,17	115.913,65
Depreciación		8.871,96	8.871,96	8.871,96	8.323,69	8.323,69	7.984,25
Amortización		288,17	288,17	288,17	288,17	288,17	288,17
Valor de Salvamento							37.262,18
Inversión	-531.524,28						
Capital de Trabajo							425.817,43
FNE	-531.524,28	484.497,42	421.386,01	354.036,93	282.079,16	205.626,03	587.265,68

Los costos administrativos de la oficina, depreciación y amortización permanecen constantes. Los costos de producción y comercialización de plátano y yuca se detallan en el **Anexo#9 Tablas 25-33**. En el Flujo Neto Efectivo del proyecto (sin la exportación del maní) se requiere una menor inversión inicial = US\$ 531, 524.28 (Restar de la Inversión inicial –**Tabla#61**, el Capital de Trabajo del maní –**Tabla#67**).

Durante el período de evaluación se muestran todos los ingresos y egresos generados de las operaciones de la empresa obteniéndose resultados positivos. Lo que corresponde con lo expuesto en el Punto de Equilibrio (**Tabla#70**), debido a que

los costos de producción y comercialización son menores que los ingresos estimados de la venta de plátano y yuca. También se ha incluido en este Estudio de Pre-factibilidad el cálculo del Flujo Neto Efectivo con financiamiento.

Fondos para la inversión.

Para esto la empresa exportadora gestionará un préstamo del 80% del monto total de la inversión, lo cual equivale a US\$ 425.219,42 con una tasa de interés 13.00% anual capitalizable mensualmente y el 20% restante lo asumirán los inversionistas, esto equivale a un monto de US\$ 106.304,86. La siguiente tabla presenta los FNE del proyecto financiado.

Tabla #72. Flujo Neto de Efectivo con Financiamiento.

Concepto	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ingresos		5.788.800,00	5.904.576,00	6.022.667,52	6.143.120,87	6.265.983,29	6.391.302,95
Costos de producción		4.981.011,27	5.184.384,33	5.396.070,24	5.616.409,05	5.845.754,75	6.084.475,82
Costos de Administración		119.575,33	122.137,42	124.756,01	127.432,38	130.167,86	132.963,79
Depreciación		8.871,96	8.871,96	8.871,96	8.323,69	8.323,69	7.984,25
Amortización		288,17	288,17	288,17	288,17	288,17	288,17
Gastos Financieros		55.278,52	48.636,63	41.131,29	32.650,26	23.066,69	12.237,26
Utilidad antes de IR		623.774,75	540.257,48	451.549,85	358.017,32	258.382,13	153.353,67
IR (30%)		187.132,42	162.077,24	135.464,95	107.405,20	77.514,64	46.006,10
Utilidad después de IR		436.642,32	378.180,24	316.084,89	250.612,12	180.867,49	107.347,57
Depreciación		8.871,96	8.871,96	8.871,96	8.323,69	8.323,69	7.984,25
Amortización		288,17	288,17	288,17	288,17	288,17	288,17
Valor de Salvamento							37.262,18
Inversión	-106.304,86						
Capital de Trabajo							425.817,43
Pago de Principal		51.091,49	57.733,38	65.238,72	73.719,75	83.303,32	94.132,75
FNE	-106.304,86	394.710,96	329.606,98	260.006,30	185.504,23	106.176,03	484.566,85

Los Flujos Netos de Efectivos obtenidos durante el periodo de evaluación (2011-2016) son positivos. Haciendo uso de un préstamo (80% de la inversión inicial) se obtienen ganancias en dicho periodo. Los ingresos totales soportan los costos totales, pago del principal e intereses. Los detalles de los flujos de los ingresos y los costos para la empresa exportadora se muestran en el **Anexo#9 Tablas 25-33** y el cuadro de pagos por el financiamiento obtenido en el **Anexo#9 Tabla 34**.

6.8.1 Indicadores financieros.

Cálculo del VAN, TIR y $R^{B/C}$ – proyecto sin financiamiento (FNE solo con plátano y yuca, Tabla# 71).

Aplicando la fórmula del VAN a los flujos netos de efectivo de los años 2011-2016 se obtiene un VAN de US\$467.126,48. Este valor es positivo por tanto se acepta la inversión.

Al aplicar la fórmula de la TIR a los Flujos Netos de Efectivo de los años 2011-2016, se obtiene una TIR del 77% por lo tanto se acepta la inversión dado que la TIR es mayor que la TMAR (33%).

Razón Beneficio / Costo = VAN Ingresos / VAN Costos

$$R^{B/C} = \text{US\$ } 14.874.121,99 / \text{US\$ } 14.512.936,43 \text{ (Ver Anexo \#9 Tabla35)}$$

$$R^{B/C} = 1.02$$

La Razón (Beneficio/Costo) confirma que implementar el proyecto exportando plátano y yuca es **rentable**.

Cálculo del VAN, TIR, $R^{B/C}$ – proyecto con financiamiento (FNE solo con plátano y yuca, Tabla# 72).

En el caso del proyecto con financiamiento se obtuvieron los siguientes datos:

Un VAN para la empresa exportadora de US\$ 783.203,97. El cual por ser mayor que cero, es otra opción en que se acepta la inversión.

- Un TIR de **354%**, por tanto se afirma que la inversión se acepta dado que la TIR es mayor que la TMAR (17%).
- Un $R^{B/C}$ de **1.04** por ser mayor que uno se acepta la inversión.

Se concluyó que el proyecto con financiamiento es rentable de acuerdo a los tres criterios de evaluación financiera, antes mencionados.

6.8.2 Análisis de sensibilidad.

Este análisis se hace para saber que tan sensible es el proyecto ante cambios de las variables que afecta de manera inevitable el proyecto que se está evaluando.

Este análisis será aplicado en el proyecto con solo exportación de plátano y yuca y en el proyecto con financiamiento.

Análisis unidimensional.

Las variables relevantes en la operación de la empresa exportadora son cambios en los ingresos y en los costos de producción.

Para determinar la sensibilidad del VAN ante los cambios en el financiamiento (80% de la Inversión Inicial), se realizaron cambios en el proyecto. Gestionando el préstamo a tasas de interés del 20%,25%, 30%, 35% tenemos:

Tabla #73. Análisis de sensibilidad por variación en el financiamiento del proyecto.

Financiamiento Tasa de interés (%)	VAN (US\$)	TIR (%)	R ^{B/C}
20	652.775,76	341	1.03
25	573.587,85	331	1.03
30	503.853,94	321	1.03
35	442.067,20	309	1.03

Se deduce por lo tanto que a mayor tasa de interés, menor ganancia obtenida. Pero, el pago de los intereses del préstamo sirve como escudo fiscal y se trabaja con capital no propio, lo que aumenta proporcionalmente la utilidad final con respecto a lo invertido.

Tabla #74. Análisis de sensibilidad con una disminución del 3% y 5% en los ingresos (% de disminución en el precio de venta).

Proyecto	3%			5%		
	VAN (US\$)	TIR (%)	R ^{B/C}	VAN (US\$)	TIR (%)	R ^{B/C}
Sin financiamiento	154.769,92	49	1	-53.467,79	27	0.99
Con financiamiento	333.353,25	228	1.01	33.452,78	10	1

En el caso en que haya una disminución del 3% en los ingresos provenientes de la exportación de plátano y yuca, en el proyecto funcionando sin financiamiento al final de los 6 años se obtiene un VAN igual a US\$ 154, 769.92, la TIR es mayor que la TMAR (49%>33%). Pero, la R^{B/C} es igual a 1. Es decir, la decisión final es indiferente. La puesta en marcha de la empresa se podría dar o no. Los resultados no serian los mejores esperados. En el caso de que ocurriera esta disminución del 3% de los ingresos, con el proyecto funcionando con financiamiento del 80% de la inversión, se obtiene un VAN igual a US\$ 333.353,25, la TIR resulta mucho mayor que la TMAR y la R^{B/C} es mayor que 1. Por tanto, si se acepta la inversión.

Una disminución del 5% en los precios por caja de plátano y yuca acabaría totalmente con la empresa exportadora. En base a los indicadores financieros, con el proyecto funcionando sin financiamiento, se rechaza el proyecto debido a que el VAN es menor que cero, la TIR menor que la TMAR (27%<33%) y la R^{B/C} menor que 1 (0.99). Igualmente con el proyecto funcionando, con el financiamiento del 80% de la inversión Inicial, se obtiene una VAN mayor que

cero. Pero, se rechaza el proyecto debido a que la TIR (10%<17%) es menor a la TMAR (20%) y la $R^{B/C}$ menor que 1.

Tabla #75. Análisis de sensibilidad con un aumento del 3% y 5% de los costos de producción.

Proyecto	3%			5%		
	VAN (US\$)	TIR (%)	$R^{B/C}$	VAN (US\$)	TIR (%)	$R^{B/C}$
Sin financiamiento	188.487,19	52	1.01	2.727,66	33	0.99
Con financiamiento	379.148,47	246	1.02	109.778,14	--	1

Con un aumento de un 3% de los costos de producción, la empresa exportadora, funcionando sin financiamiento obtiene un VAN de US\$188.487,19. La TIR es mayor que la TMAR y la $R^{B/C}$ es mayor que 1. Por tanto se acepta el proyecto. Con este mismo aumento en los costos de producción, si la empresa funcionara con el 80% de financiamiento de la inversión se obtiene un VAN de US\$ 379, 148.47 y una TIR del 246%. La $R^{B/C}$ es mayor a 1. Es decir, ejecutando el proyecto con o sin financiamiento, la empresa exportadora podría soportar un aumento del 3% en los costos de producción (costos de MP, MOD y MOI)

Con un incremento anual de un 5% en los costos antes mencionados se hace insostenible la funcionalidad de la empresa. Sin financiamiento se obtiene una VAN de casi US\$ 3,000 después de 6 años, una TIR mayor que la TMAR, pero, una $R^{B/C}$ menor que 1. En el caso del proyecto ejecutado con financiamiento a pesar que se obtiene un VAN de US\$109,778., la TIR es menor que 0. Por tanto

el proyecto se rechaza. En general, la empresa exportadora no podría soportar un aumento del 5% de los costos de producción.

Análisis Multidimensional.

Tabla #76. Análisis de sensibilidad con un aumento del 3% de los costos de producción combinado con la disminución de un 3% de los ingresos provenientes de la exportación de plátano y yuca.

Proyecto	VAN (US\$)	TIR (%)	R (C/B)
Sin financiamiento	-123.869,37	0.19	0.98
Con financiamiento	-70.702,24	45	1

Un aumento del 3% de los costos de producción y comercialización junto con una disminución del 3% de los ingresos refleja una total bancarrota de la empresa exportadora ya sea con o sin financiamiento del proyecto.

ASPECTO SOCIOECONOMICO

Aspecto socioeconómico.

7.1 Introducción.

La creación y puesta en marcha de la empresa exportadora no solo beneficiaría a los inversionistas sino que contribuye en los siguientes aspectos socioeconómicos:

- **Aumento de la inversión:** se requiere una inversión fija para el Centro de Acopio en el municipio de Rivas y acondicionamiento de la Oficina Central valorada en US\$ 108, 770.65 y una inversión diferida de US\$1,729.00 (trámites y permisos).
- **Generación de empleos:** en el Centro de Acopio de plátanos en Rivas habrán 33 empleos directos y 2 indirectos. Para la exportación de la yuca se generará 1 empleo directo y 15 indirectos (personal de la Empacadora Vargas, Nueva Guinea). En la Oficina Central en Managua habrán 4 empleados permanentes. Para un total de 38 empleos directos y 17 empleos indirectos.
- **Mayor calidad de los productos agroexportables:** los requerimientos de calidad de los productos obliga a trabajar con productores de plátano y yuca dispuestos y comprometidos con el cumplimiento de las exigencias del mercado internacional en cuanto a temas como residuos químicos, plaguicidas, estándares de calidad y manejo del producto. Por tanto los productos a exportar deberán ser monitoreados desde antes del acopio o compra de los mismos.
- **Aumento en la demanda de bienes y servicios relacionados a la exportación:** con el aumento del número de contenedores exportados también aumentará la compra de cajas de exportación y servicios de carga nacional e internacional. Beneficiando con ello a las empresas fabricantes de empaque y de transporte nacional e internacional.

- **Aumento de las exportaciones:** por cada contenedor exportado se obtendrá un valor FOB de US\$16, 200 en el plátano (900 cajas x US\$18) y US\$ 14, 400 en la venta de yuca (900 cajas por US\$16). Si se lograra exportar en el primer año lo que se estima en el Estudio de Mercado, es decir, 240 contenedores de plátano y 132 contenedores de yuca se tendrían ingresos anuales en valor FOB de US\$ 3, 888, 000 y US\$ 1, 900, 800 respectivamente, para un total de US\$ 5788, 800.
- **Aumento de los ingresos tributarios, municipales y nacionales:** el aumento de las exportaciones y la generación de empleos traerían mayores ingresos a entes gubernamentales (CETREX, DGI, DGA, INATEC, INSS) ya que se tienen que hacer pagos de Impuestos sobre la Renta-IR-, pagos de Impuestos sobre el Valor Agregado -IVA-, pagos aduaneros y permisos de exportación, pagos del 2% sobre la planilla y el pago de las patronales por el personal utilizado.
- **Realce de la imagen agro-exportadora del país:** de manera cualitativa el aumento progresivo de las exportaciones de plátano y yuca colocarían a Nicaragua como un proveedor internacional de estos productos agrícolas y de aquellos que motivados por la competitividad nacional (productores) y diversificación de la oferta exportable contribuirán todos al desarrollo del país.

Pero, hasta el momento el proyecto ha tenido un perfil privado. La gestión administrativa, financiera y operativa se ha hecho como parte del desarrollo empresarial del sector no gubernamental. Ejemplo de ello, es que se gestionarán los fondos de las inversiones de forma directa e independiente a los intereses del Gobierno Central.

El Estado como facilitador de las oportunidades de apertura de negocios y garante de las condiciones favorables para un ambiente estable y positivo de las empresas es el más interesado en la creación, puesta en marcha y generación

de divisas al país. Esto para contrarrestar la tasa de desempleo y aumento de la riqueza nacional, en detrimento de la pobreza.

En el siguiente apartado se ha considerado la intervención del Gobierno en la creación de la empresa exportadora y más importante aún los beneficios en los que podría contribuir (*tales como las exoneraciones, dispensas, préstamos con bajas tasas de interés, periodos de gracias, entre otros*). Para ello se ha hecho uso del denominado Factor de Convergencia que no es más que el factor que se utiliza para determinar las cuantías o montos que resultan de los productos o servicios, presentados en el Estudio Financiero, tal si los utilizaría el propio Gobierno Central. Esto sí con la inclusión de los tres productos agrícolas. Ya que en el Estudio de Mercado se tuvo que omitir la exportación del maní –debido a los altos costos de procesamiento- y solo exportar plátanos y yuca.

En primer lugar tenemos el cálculo de los costos (directos e indirectos) y luego el cálculo de los ingresos provenientes de la funcionalidad de la empresa exportadora. Esto para determinar los Precios Sombras que luego son utilizados en el Flujo Económico primeramente sin financiamiento y después con financiamiento (60% de la Inversión Total). Al igual que en el Estudio Financiero se determinaron los indicadores económicos que nos permitirán determinar la rentabilidad del proyecto, ahora calculado desde un perfil gubernamental.

7.2 Identificación de los costos:

7.2.1 Costos Directos

Tabla #77 Detalle del costo de materia prima para el año 2011.

Concepto	Cantidad	P. Unit. (US\$)*	# Cont.	Total (US\$)	Factor Conver.	Total (US\$)
Costos por compra de plátanos	49.500	0,14	240	1.620.000,00	0,77	1.247.400,00
Cajas de Cartón	900	1,33	240	287.280,00	0,87	249.933,60
Total				1.907.280,00		1.497.333,60

* precio calculado con tipo de cambio 22x1

Tabla #78 Detalle del costo de materia prima para el año 2011.

Concepto	Cantidad	P. Unit. (US\$)*	# Cont.	Total (US\$)	Factor Conver.	Total (US\$)
Costos por compra de yuca	900	9,00	132	1.069.200,00	0,77	823.284,00
Cajas de Cartón	900	1,33	132	158.004,00	0,87	137.463,48
Total				1.227.204,00		960.747,48

* precio unitario de la caja de 40 lbs. comprada a Empacadora Vargas y Empaques Santo Domingo

Tabla #79 Detalle del costo de materia prima para el año 2011.

Concepto	Cantidad	P. Unit. (US\$)*	# Cont.	Total (US\$)	Factor Conver.	Total (US\$)
Costos por compra de maní	563	17,27	380	3.695.327,27	0,77	2.845.402,00
Sacos	450	0,50	380	85.500,00	0,87	74.385,00
Total				3.780.827,27		2.919.787,00

* precio calculado con tipo de cambio 22x1

Tabla #80 Detalle del costo de los envíos de los contenedores para el año 2011.

Concepto	Cantidad	P. Unit. (US\$)*	Total (US\$)	Factor Conver.	Total (US\$)
Plátano	240	4.700,00	1.128.000,00	0,79	891.120,00
Yuca	132	4.700,00	620.400,00	0,79	490.116,00
Maní	380	3.500,00	1.330.000,00	0,79	1.050.700,00
Total			3.078.400,00		2.431.936,00

* Estos precios incluyen los costos de transporte, tramites aduaneros, seguros y permisos.

Tabla #81 Costo de transporte para compra de plátanos y envío de cajas y sacos (2011).

Concepto	Cantidad	P. Unit. (C\$)	Total (US\$)	Factor Conver.	Total (US\$)
Plátano	240	1.800,00	19.636,36	0,79	15.512,73
Cajas/plátano	12	1.000,00	545,45	0,79	430,91
Cajas/Yuca	12	1.500,00	818,18	0,79	646,36
Sacos/Maní	12	800,00	436,36	0,79	344,73
Total			21.436,36		16.934,73

7.2.2 Costos Indirectos

Tabla #82 Costo de Mano de Obra Directa- Centro de Acopio (2011).

Personal	Cantidad	Salario (C\$)	Meses	Total (US\$)	Factor Conver.	Total (US\$)
Lavado	20	2.500,00	12	27.272,73	0,80	21.818,18
Secado	5	2.500,00	12	6.818,18	0,80	5.454,55
Empaque	8	2.500,00	12	10.909,09	0,80	8.727,27
Total				45.000,00		36.000,00

Tabla #83 Costo de Mano de Obra Indirecta--Plátano (2011).

Personal	Cantidad	Salario (C\$)	Meses	Total (US\$)	Factor Conver.	Total (US\$)
Supervisor de zona	1	10.000,00	12	5.454,55	1,00	5.454,55
Guarda Seguridad	1	2.500,00	12	1.363,64	0,80	1.090,91
Total				6.818,18		6.545,45

Tabla #84 Costo de Mano de Obra Indirecta--Yuca (2011).

Personal	Cantidad	Salario (C\$)	Meses	Total (US\$)	Factor Conver.	Total (US\$)
Supervisor de zona	1	10.000,00	12	5.454,55	1,00	5.454,55
Total				5.454,55		5.454,55

Tabla #85 Costo de Mano de Obra Indirecta--Maní (2011).

Personal	Cantidad	Salario (C\$)	Meses	Total (US\$)	Factor Conver.	Total (US\$)
Supervisor de zona	1	10.000,00	12	5.454,55	1,00	5.454,55
Total				5.454,55		5.454,55

Tabla #86 Costo de Limpieza--Maní (2011).

Personal	Cantidad (QQ)	Pago (US\$)	Meses	Total (US\$)	Factor Conver.	Total (US\$)
Limpieza, desc., clasif. y emp.	17.828	3,00	12	641.820,00	1,00	641.820,00
Total				641.820,00		641.820,00

Tabla #87 Costo Personal Oficina Administrativa (2011).

Personal	Cantidad	Salario (C\$)	Meses	Total (US\$)	Factor Conver.	Total (US\$)
Gerente General	1	12.000,00	12	6.545,45	1,00	6.545,45
Bróker	1	240.126,22	12	130.977,94	1,00	130.977,94
Asistente	1	5.000,00	12	2.727,27	1,00	2.727,27
Afanadora	1	1.200,00	12	654,55	0,80	523,64
Guarda de Seg.	1	3.000,00	12	1.636,36	0,80	1.309,09
Total				142.541,57		142.083,39

Tabla #88 Gastos de papelería para el año 2011

Concepto	Unidad/Med	Cantidad	Costo Unit.*	Factor Conver.	Total (US\$)
Papel	Resma	6	8,76	0,91	47,83
Engrapadora	Unidad	1	2,94	0,83	2,44
Grapas	Caja	6	0,60	0,83	2,99
Clips metálicos	Caja	3	0,54	0,83	1,34
Folders	Caja	6	9,79	0,83	48,76
Lapiceros	Caja	2	1,63	0,83	2,71
Lápices	Caja	2	0,89	0,83	1,48
Borradores	Unidad	12	0,09	0,83	0,86
Cartuchos/Imp.	Unidad	6	24,66	0,83	122,79
Calculadora	Unidad	1	6,82	0,83	5,66
Perforadora	Unidad	1	1,21	0,83	1,00
Fastenes	Caja	3	1,45	0,83	3,62
Tijeras	Unidad	1	1,05	0,83	0,87
Reglas	Unidad	1	0,12	0,83	0,10
Subtotal					242,44
IVA (15%)					36,37
Total					278,80

* El Costo Unitario es calculado en US\$. Tipo de cambio: 22X1

Tabla #89 Costo de mantenimiento para el año 2011

Concepto	Cantidad	Costo Unitario (US\$)	Mantenimiento Total anual (US\$)	Factor Conver.	Total (US\$)
Computadora	4	17,25	69,00	0,83	57,27
Aire Acondicionado	4	40,25	161,00	0,83	133,63
Total			230,00		190,90

Tabla #90 Inversión para equipo de administración/Oficina

Descripción	Cantidad	Costo Unit. (US\$)*	Factor Conver.	Total (US\$)
Escritorios	1	203,86	0,83	169,21
Sillas	2	108,16	0,83	179,54
Muebles (Juego)	1	1.124,85	0,83	933,63
Computadoras	2	547,40	0,83	908,68
Impresora	1	217,64	0,83	180,64
Aire Acondicionado	1	655,50	0,83	544,07
Telefax	1	80,50	0,83	66,82
Teléfono	2	32,27	0,83	53,56
Archivador	1	164,66	0,83	136,67
Total				3.172,81

* El Costo Unitario es calculado en US\$. Tipo de cambio: 22X1

Tabla #91 Inversión para equipo del centro de acopio

Descripción	Cantidad	Costo Unit. (US\$)*	Factor Conver.	Total (US\$)
Escritorios	1	203,86	0,83	169,20
Sillas	1	108,16	0,83	89,77
Telefax	1	80,50	0,83	66,82
Abanicos	4	405,32	0,83	1.345,65
Carretillas	10	41,32	0,83	342,93
Estantes	1	65,84	0,83	54,65
Báscula	2	51,42	0,83	85,36
Selladoras	8	150,00	0,83	996,00
Total				3.150,38

* El Costo Unitario es calculado en US\$. Tipo de cambio: 22X1

Tabla #92 Inversión de equipos no depreciables

Descripción	Cantidad	Costo Unit.*	Factor Conver.	Total (US\$)
Cuchillos	20	1,59	0,83	26,41
Batas Plásticas.	34	4,70	0,83	132,76
Botas hule(par)	34	1,36	0,83	38,48
Guantes/Lavado	34	2,13	0,83	60,17
Guantes/Carga	5	2,01	0,83	8,32
Gorros	34	1,31	0,83	36,88
Cajillas 1	1115	8,63	0,83	7.982,01
Cajillas 2	1115	6,84	0,83	6.330,92
Total				14.615,95

* El Costo Unitario es calculado en US\$. Tipo de cambio: 22X1

Tabla #93 Costos de servicios básicos (2011):

Concepto	Unidad/ Med.	Cantidad	Costo Unit.*	Factor Conver.	Total (US\$)
Energía E.	Kw/h	3.000	0,14	1,10	464,85
Agua Pot.	M3	5.455	0,30	0,91	1.466,74
Teléfono	Min.	3.600	0,23	1,00	818,18
Internet	Mes	12	50,00	1,00	600,00
Alquiler CA	Mes	12	200,00	1,00	2.400,00
Alquiler OF.	Mes	12	300,00	1,00	3.600,00
Total					9.349,77

Tabla #94 Costo total de la inversión diferida

Concepto	US\$
Personería jurídica	500,00
Registro CETREX	30,00
Registro MAG-FOR	50,00
Registro DGA	60,00
Registro FDA	120,00
Conexión telefónicas	69,00
Conexión Internet	100,00
Contratos	800,00
Total	1.729,00

7.3 Tabla #95 Identificación de Ingresos

Detalle por producto agrícola de exportación:

900 cajas de plátano de exportación						
Año	Precio*	US\$/Cont.	# Cont.**	Ingreso***	Factor Conv.	Total (US\$)
2011	18,00	16.200,00	240	3.888.000,00	1,27	4.937.760,00
2012	18,36	16.524,00	240	3.965.760,00	1,27	5.036.515,20
2013	18,73	16.854,48	240	4.045.075,20	1,27	5.137.245,50
2014	19,10	17.191,57	240	4.125.976,70	1,27	5.239.990,41
2015	19,48	17.535,40	240	4.208.496,24	1,27	5.344.790,22
2016	19,87	17.886,11	240	4.292.666,16	1,27	5.451.686,03

*Este precio es el precio promedio de la caja de 50 lbs. más el aumento histórico en base a las fluctuaciones de los últimos 2 años.

** El número de contenedores es el total anual exportado estimado (20 mensuales, 240 anuales).

*** Es el ingreso anual de los contenedores exportados.

Tabla #96. 900 cajas de yuca de exportación						
Año	Precio*	US\$/Cont.	# Cont.**	Ingreso***	Factor Conv.	Total (US\$)
2011	16,00	14.400,00	132	1.900.800,00	1,27	2.414.016,00
2012	16,32	14.688,00	132	1.938.816,00	1,27	2.462.296,32
2013	16,65	14.981,76	132	1.977.592,32	1,27	2.511.542,25
2014	16,98	15.281,40	132	2.017.144,17	1,27	2.561.773,09
2015	17,32	15.587,02	132	2.057.487,05	1,27	2.613.008,55
2016	17,67	15.898,76	132	2.098.636,79	1,27	2.665.268,72

*Este precio es el precio promedio de la caja de 40 lbs. más el aumento histórico en base a las fluctuaciones de los últimos 2 años.

** El número de contenedores es el total anual exportado estimado (11 mensuales, 132 anuales).

*** Es el ingreso anual de los contenedores exportados.

Tabla #97. 20.41 toneladas de maní descascarado						
Año	Precio*	US\$/Cont..	# Cont.**	Ingreso***	Factor Conv.	Total (US\$)
2011	583,36	11.906,38	380	4.524.423,49	1,27	5.746.017,83
2012	595,03	12.144,51	380	4.614.911,96	1,27	5.860.938,19
2013	606,93	12.387,40	380	4.707.210,20	1,27	5.978.156,95
2014	619,07	12.635,14	380	4.801.354,40	1,27	6.097.720,09
2015	631,45	12.887,85	380	4.897.381,49	1,27	6.219.674,49
2016	644,08	13.145,60	380	4.995.329,12	1,27	6.344.067,98

*Precio promedio de la tonelada métrica más el aumento histórico de los últimos 2 años.

** El número de contenedores es el total anual exportado estimado (32 mensuales, 380 anuales).

*** Es el ingreso anual de los contenedores exportados.

7.4 Tabla #98 Determinación de los Precios Sombra

Ingresos Totales - US\$- (2011 - 2016)

Producto	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Plátano	4.937.760,00	5.036.515,20	5.137.245,50	5.239.990,41	5.344.790,22	5.451.686,03
Yuca	2.414.016,00	2.462.296,32	2.511.542,25	2.561.773,09	2.613.008,55	2.665.268,72
Maní	5.746.017,83	5.860.938,19	5.978.156,95	6.097.720,09	6.219.674,49	6.344.067,98
Total	13.097.793,83	13.359.749,71	13.626.944,70	13.899.483,59	14.177.473,27	14.461.022,73

Tabla #99 Costos Totales de Materia Prima (MP):

Producto: plátano						
Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Costos compra de plátanos	1.247.400,00	1.298.543,40	1.351.783,68	1.407.206,81	1.464.902,29	1.524.963,28
Cajas de Cartón	249.933,60	260.180,88	270.848,29	281.953,07	293.513,15	305.547,19
Total	1.497.333,60	1.558.724,28	1.622.631,97	1.689.159,88	1.758.415,44	1.830.510,47

Tabla #100 Producto: Yuca

Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Costos compra de yuca	823.284,00	857.038,64	892.177,23	928.756,49	966.835,51	1.006.475,77
Cajas de Cartón	137.463,48	143.099,48	148.966,56	155.074,19	161.432,23	168.050,95
Total	960.747,48	1.000.138,13	1.041.143,79	1.083.830,69	1.128.267,74	1.174.526,72

Tabla #101 Producto: Maní

Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Costos compra de maní	2.845.402,00	2.962.063,48	3.083.508,08	3.209.931,92	3.341.539,12	3.478.542,23
Sacos/exportación	74.385,00	77.434,79	80.609,61	83.914,61	87.355,10	90.936,66
Total	2.919.787,00	3.039.498,27	3.164.117,70	3.293.846,52	3.428.894,23	3.569.478,89

Tabla #102 Cálculo de la Mano de Obra Directa (MOD) por producto:

Producto: plátano

Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Salarios	36.000,00	37.080,00	38.192,40	39.338,17	40.518,32	41.733,87
INSS PATRONAL (16%)	5.760,00	5.932,80	6.110,78	6.294,11	6.482,93	6.677,42
INATEC (2%)	720,00	741,60	763,85	786,76	810,37	834,68
Vacaciones	3.000,00	3.090,00	3.182,70	3.278,18	3.376,53	3.477,82
Aguinaldo	3.000,00	3.090,00	3.182,70	3.278,18	3.376,53	3.477,82
Total	48.480,00	49.934,40	51.432,43	52.975,40	54.564,67	56.201,61

Tabla #103 Cálculo de la Mano de Obra Indirecta (MOI) por producto:

Producto: Maní

Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Salarios	5.454,55	5.618,18	5.786,73	5.960,33	6.139,14	6.323,31
INSS PATRONAL (16%)	872,73	898,91	925,88	953,65	982,26	1.011,73
INATEC (2%)	109,09	112,36	115,73	119,21	122,78	126,47
Vacaciones	454,55	468,18	482,23	496,69	511,59	526,94
Aguinaldo	454,55	468,18	482,23	496,69	511,59	526,94
Costos por limpieza/Desc.	641.820,00	654.656,40	667.749,53	681.104,52	694.726,61	708.621,14
Total	649.165,45	662.222,22	675.542,32	689.131,10	702.993,98	717.136,54

Tabla #104 Producto: plátano

Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Salarios	6.545,45	6.741,82	6.944,07	7.152,39	7.366,97	7.587,98
INSS PATRONAL (16%)	1.047,27	1.078,69	1.111,05	1.144,38	1.178,71	1.214,08
INATEC (2%)	130,91	134,84	138,88	143,05	147,34	151,76
Vacaciones	545,45	561,82	578,67	596,03	613,91	632,33
Aguinaldo	545,45	561,82	578,67	596,03	613,91	632,33
Total	8.814,55	9.078,98	9.351,35	9.631,89	9.920,85	10.218,47

Tabla #105 Producto: Yuca

Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Salarios	5.454,55	5.618,18	5.786,73	5.960,33	6.139,14	6.323,31
INSS PATRONAL (16%)	872,73	898,91	925,88	953,65	982,26	1.011,73
INATEC (2%)	109,09	112,36	115,73	119,21	122,78	126,47
Vacaciones	454,55	468,18	482,23	496,69	511,59	526,94
Aguinaldo	454,55	468,18	482,23	496,69	511,59	526,94
Total	7.345,45	7.565,82	7.792,79	8.026,58	8.267,37	8.515,40

Tabla #106 Cálculo de los costos de envío de los contenedores

Concepto/Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Plátano(240)	891.120,00	927.655,92	965.689,81	1.005.283,10	1.046.499,70	1.089.406,19
Yuca (132)	490.116,00	510.210,76	531.129,40	552.905,70	575.574,84	599.173,40
Maní (380)	1.050.700,00	1.093.778,70	1.138.623,63	1.185.307,20	1.233.904,79	1.284.494,89
Total	2.431.936,00	2.531.645,38	2.635.442,84	2.743.495,99	2.855.979,33	2.973.074,48

Tabla #107 Cálculo de los costos de transporte de finca a Centro de Acopio y cajas

Concepto/Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Plátano	15.512,73	16.148,75	16.810,85	17.500,09	18.217,60	18.964,52
Cajas/plátano	430,91	448,58	466,97	486,11	506,04	526,79
Cajas/Yuca	646,36	672,86	700,45	729,17	759,07	790,19
Sacos/Maní	344,73	358,86	373,57	388,89	404,84	421,43
Total	16.934,73	17.629,05	18.351,84	19.104,27	19.887,54	20.702,93

Tabla #108 Costos administrativos de la oficina

Oficina						
Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Salarios	142.083,39	146.345,89	150.736,27	155.258,36	159.916,11	164.713,59
INSS PATRONAL (16%)	22.733,34	23.415,34	24.117,80	24.841,34	25.586,58	26.354,17
INATEC (2%)	2.841,67	2.926,92	3.014,73	3.105,17	3.198,32	3.294,27
Vacaciones	11.840,28	12.195,49	12.561,36	12.938,20	13.326,34	13.726,13
Aguinaldo	11.840,28	12.195,49	12.561,36	12.938,20	13.326,34	13.726,13
Manto. General	190,90	198,73	206,87	215,36	224,19	233,38
Papelería	278,80	290,23	302,13	314,52	327,41	340,84
Total	191.808,67	197.568,10	203.500,52	209.611,13	215.905,30	222.388,52

Tabla #109 Determinación de los costos de producción

Concepto/Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
MP	5.377.868,08	5.598.360,67	5.827.893,46	6.066.837,09	6.315.577,41	6.574.516,09
MOD	48.480,00	49.934,40	51.432,43	52.975,40	54.564,67	56.201,61
MOI	665.325,45	678.867,02	692.686,46	706.789,56	721.182,21	735.870,41
Total	6.091.673,53	6.327.162,09	6.572.012,36	6.826.602,06	7.091.324,28	7.366.588,10

7.5 Depreciaciones y Amortizaciones.

Tabla #110 Depreciación anual -US\$- (2011-2016)

Concepto/año	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Valor Salvamento
Obras civiles	6.851,25	6.851,25	6.851,25	6.851,25	6.851,25	6.851,25	43.404,68
Equipo Oficina/CA	827,48	827,48	827,48	372,42	372,42	90,68	0,00
Total	7.678,73	7.678,73	7.678,73	7.223,67	7.223,67	6.941,93	43.404,68

Tabla #111 Depreciación oficina/CA

Depreciación.	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Escritorios	67,68	67,68	67,68	67,68	67,68	
Sillas	89,77	89,77	89,77			
Muebles	186,73	186,73	186,73	186,73	186,73	
Computadora	302,89	302,89	302,89			
A/A	90,68	90,68	90,68	90,68	90,68	90,68
Telefax	44,54	44,54	44,54			
Teléfono	17,85	17,85	17,85			
Archivador	27,33	27,33	27,33	27,33	27,33	
Impresora	60,21	60,21	60,21			
Abanicos	672,83	672,83				
Carretillas	68,59	68,59	68,59	68,59	68,59	
Estantes	10,93	10,93	10,93	10,93	10,93	
Báscula	28,45	28,45	28,45			
Selladoras	332,00	332,00	332,00			
Total	827,48	827,48	827,48	372,42	372,42	90,68

Tabla #112 Amortización de la inversión intangible

Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Amortización	288,17	288,17	288,17	288,17	288,17	288,17

7.6 Tabla #113 Inversión Total

Inversión	Año cero -US\$-
Inversión Fija	89.451,61
Inversión Intangible	1.729,00
Inversión de Capital de Trabajo	728.459,32
Inversión Total	819.639,93

7.7 Tabla #114 Capital de Trabajo (US\$)

Concepto	Plátano	Yuca	Maní	Oficina	Total
Costo de MP	124.777,80	80.062,29	243.315,58	0,00	448.155,67
Costo de MOD	4.040,00	0,00	0,00	0,00	4.040,00
Costo de MOI	734,55	612,12	54.097,12	0,00	55.443,79
Costo Servicios Básicos	779,15	0,00	0,00	0,00	779,15
Sueldos administrativos	0,00	0,00	0,00	15.944,91	15.944,91
Papelería				23,23	23,23
Costos de envío de contenedores	75.588,64	40.896,86	87.587,06	0,00	204.072,56
Total	205.920,13	121.571,27	384.999,77	15.968,15	728.459,32

7.8 Tabla #115 Flujo de Caja Económico a Precio Sombra (sin financiamiento)

Concepto	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ingresos		13.097.793,83	13.359.749,71	13.626.944,70	13.899.483,59	14.177.473,27	14.461.022,73
Costos de producción		8.540.544,26	8.876.436,52	9.225.807,03	9.589.202,32	9.967.191,15	10.360.365,51
Costos de Administración		191.808,67	197.568,10	203.500,52	209.611,13	215.905,30	222.388,52
Utilidad antes de IR		4.365.440,90	4.285.745,09	4.197.637,15	4.100.670,14	3.994.376,82	3.878.268,70
IR (30%)							
Utilidad después de IR		4.365.440,90	4.285.745,09	4.197.637,15	4.100.670,14	3.994.376,82	3.878.268,70
Valor Residual							43.404,68
Inversión	819.639,93						
FNE	-819.639,93	4.365.440,90	4.285.745,09	4.197.637,15	4.100.670,14	3.994.376,82	3.921.673,38

Tasa Social de Descuento = 13,00%

VAN: US\$ 15.875.780,15

TIR: 530,73%

Tabla #116 Cálculo de la razón costo beneficio R^{b/c}

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Totales
Ingresos Totales:	11.590.967,99	13.359.749,71	9.444.156,24	8.524.813,59	7.694.964,48	6.945.897,14	57.560.549,15
Egresos Totales:	7.727.745,96	7.106.276,62	6.534.983,13	6.009.795,80	5.526.976,78	5.083.092,83	37.988.871,11
Inversión Inicial							0,00
Egresos Totales + Inversión Inicial							37.988.871,11

R^{B/C} : 1,52

En base a los indicadores económicos el proyecto es aceptable.

Tabla #117 Flujo de Caja Económico a Precio Sombra (Con Financiamiento)

Concepto	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ingresos		13.097.793,83	13.359.749,71	13.626.944,70	13.899.483,59	14.177.473,27	14.461.022,73
Préstamo	491.783,96						
Costos de producción		8.540.544,26	8.876.436,52	9.225.807,03	9.589.202,32	9.967.191,15	10.360.365,51
Costos de Administración		191.808,67	197.568,10	203.500,52	209.611,13	215.905,30	222.388,52
Gastos Financieros							
Utilidad antes de IR		4.365.440,90	4.285.745,09	4.197.637,15	4.100.670,14	3.994.376,82	3.878.268,70
IR (15%)							
Utilidad después de IR		4.365.440,90	4.285.745,09	4.197.637,15	4.100.670,14	3.994.376,82	3.878.268,70
Valor Residual							43.404,68
Inversión	327.855,97						
Amortización Principal		60.600,43	67.872,48	76.017,18	85.139,24	95.355,95	106.798,67
FNE	819.639,93	4.304.840,47	4.217.872,61	4.121.619,97	4.015.530,90	3.899.020,86	3.814.874,71

Tasa Social de Descuento = 13,00%

VAN: US\$ 15.561.043,36

TIR: 523,13%

Tabla #118 Cuadro de pagos por el financiamiento del 60% de la Inversión Total

Tasa de Interés:		12,00%		
Año	Interés	Principal	Amortización	Saldo Final
0				491.783,96
1	59.014,07	60.600,43	119.614,51	431.183,52
2	51.742,02	67.872,48	119.614,51	363.311,04
3	43.597,32	76.017,18	119.614,51	287.293,86
4	34.475,26	85.139,24	119.614,51	202.154,62
5	24.258,55	95.355,95	119.614,51	106.798,67
6	12.815,84	106.798,67	119.614,51	0,00
Total	225.903,08	491.783,96	717.687,04	

Tabla #119 Cálculo de la Razón Beneficio Costo R^{b/c}							
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Totales
Ingresos Totales:	11.590.967,99	10.462.643,67	9.444.156,24	8.524.813,59	7.694.964,48	6.945.897,14	54.663.443,12
Egresos Totales:	7.727.745,96	7.106.276,62	6.534.983,13	6.009.795,80	5.526.976,78	5.083.092,83	37.988.871,11
Inversión Inicial							819.639,93
Egresos Totales + Inversión Inicial							38.808.511,04

R^{B/C} : 1,41

En base a los indicadores económicos el proyecto también es aceptable con un financiamiento del 60% de la inversión total.

7.9 ANÁLISIS CUALITATIVO

- En base a los resultados de los indicadores económicos anteriormente calculados (VANE, TIRE) la puesta en marcha de la empresa exportadora de plátanos, maní y yuca es completamente rentable. Desde el punto de vista gubernamental, el uso de factores de conversión en el cálculo reduce la mayoría de los costos o gastos que se incurrirían en el proyecto. De forma inversa, el uso de un factor de conversión (divisa) aumenta los ingresos proyectados. Además, es conveniente la administración del Gobierno Central ya que no se incurre en el pago de gastos financieros (esto si se logra un préstamo blando para financiar el proyecto exportador) y el pago de los impuestos (en base a las exoneraciones contempladas en las leyes fiscales de la República, por ejemplo Ley 499 “Ley General de Cooperativas”).
- Es importante recalcar que en el cálculo de los indicadores económicos (VANE, TIRE), el Flujo de Caja Económico a Precio Sombra incluye los 3 productos agrícolas y los resultados obtenidos son positivos, no así, el Flujo de Caja Económico a Precio de Mercado en el cual los resultados son positivos si la empresa exporta solamente plátanos y yuca (pág. 182).
- La puesta en marcha de la empresa exportadora haría de Nicaragua uno de los principales proveedores (de plátano, maní y yuca) de la región así como también de otros productos agrícolas o subproductos (productos con valor agregado).
- El aumento significativo de las exportaciones produciría un impacto directo sobre la economía nacional, pero, principalmente a la economía de los productores nacionales. La demanda de productos frescos y de excelente calidad incentivaría mejoras en la producción (siembra, riego, control de plagas, pesticidas, etc.) los cuales podría el Gobierno Central auxiliar con instituciones como MAG-FOR, INTA, IDR, CARUNA, BANCO PRODUSCAMOS, entre otros.

- La generación de empleos se concentraría en los indirectos. A mayor número de contenedores exportados, mayores áreas de cultivo (más Mano de Obra Directa o Indirecta), mayor número de envíos (mayor personal para la movilización de la mercadería), mayores ingresos de divisas al país.

7.10 ANÁLISIS GLOBAL

- Uno de los principales sectores, hoy en día, con gran necesidad de incentivo productivo es el agro-exportador. La balanza comercial (importaciones versus exportaciones) desde hace varios años es negativa. Es decir, nos hemos convertido en un país de consumo más que productivo. En los últimos años, los gobiernos han creado leyes que promueven la producción y otras que facilitan las exportaciones.
- Nicaragua es un país con grandes potenciales exportables. Lo fértil de los suelos, el clima de algunas regiones y el recurso hídrico es envidiable para muchos países.
- La creación de la empresa exportadora es un negocio rentable a corto, mediano y largo plazo. Trae beneficios financieros a lo largo de la cadena agro-productiva exportadora. Gana el productor, gana el proveedor de semilla e insumos productivos, gana el distribuidor (bróker), gana la empresa de carga nacional e internacional, ganan las empresas de servicios básicos, ganan las instituciones públicas, ganan las instituciones financieras, gana el país.
“También se hace patria exportando”



8.1 Introducción

La empresa exportadora tendrá únicamente un Centro de Acopio (CA) para los plátanos en el municipio de Rivas. Este CA contará con pilas de tratamiento como medida de mitigación de aguas. El agua de las pilas se utilizará para lavar plátanos, cajillas e inclusive para el aseo del CA.

Los desechos o desperdicios que llevarán las aguas al ser usadas serán principalmente lodo, arena, detergente, jabón y ambientador. Estos desechos provocan contaminación que al agua utilizada en el lavado de los plátanos. Por lo cual se le tiene que brindar tratamiento para evitar que estos desperdicios contribuyan aún más a la contaminación. Otros desechos, tales como cáscaras o trozos de plátanos, no habrán.

8.2 Normas técnicas para el manejo de las aguas.

Todas las aguas que se utilizarán en el CA, para el lavado de plátanos principalmente, llegarán a las pilas de tratamiento de aguas residuales juntamente las que resultasen del lavado de cajillas y del centro. En el diseño de la planta se muestra el recorrido que hacen las aguas para salir a dichas pilas (ver plano de Distribución de planta, pág. 149-150). El agua de las duchas y servicios higiénicos saldrán por las tuberías de aguas negras, con las que cuenta el CA.

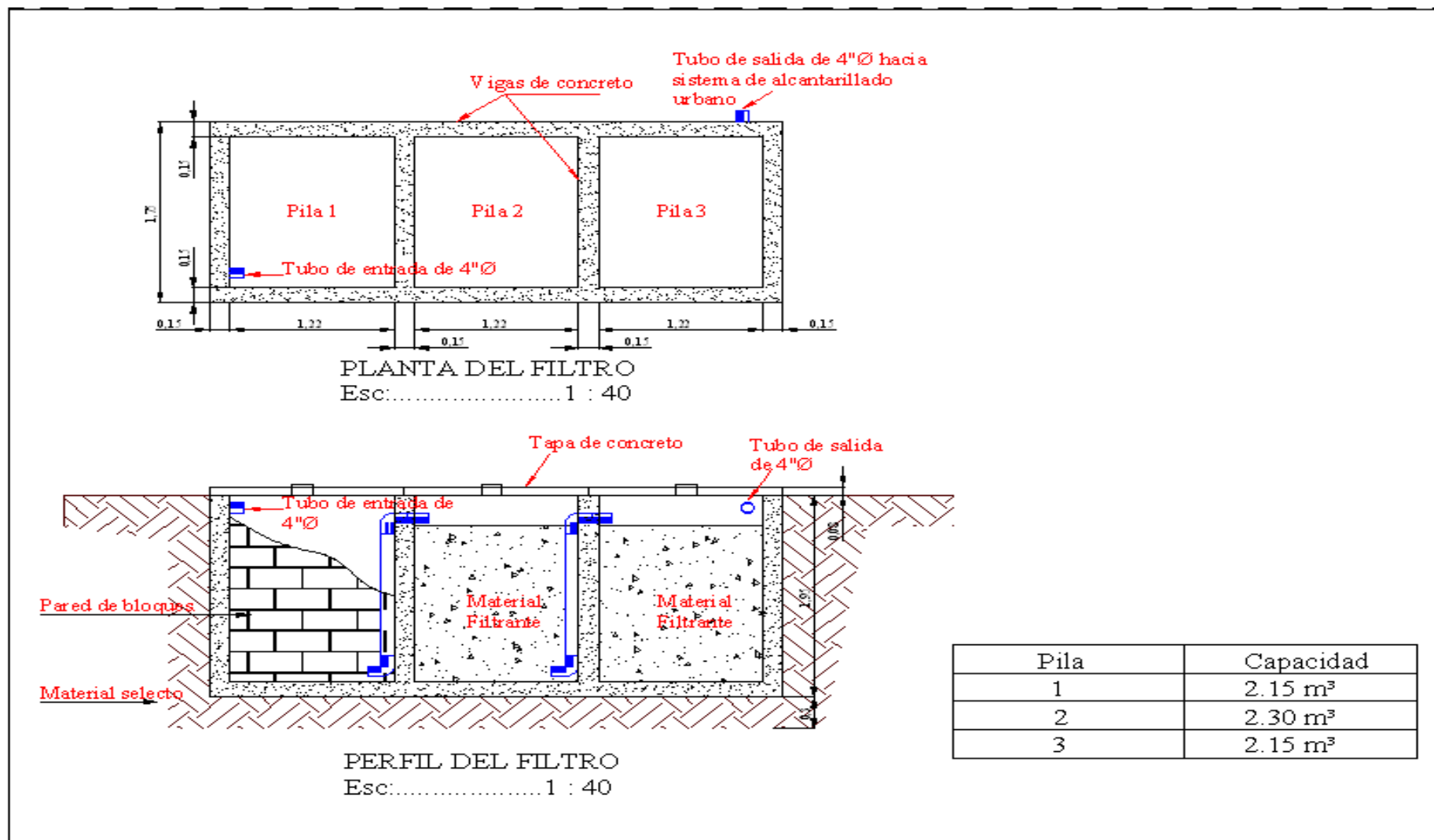
8.3 Diseño de las pilas para el tratamiento de las aguas.

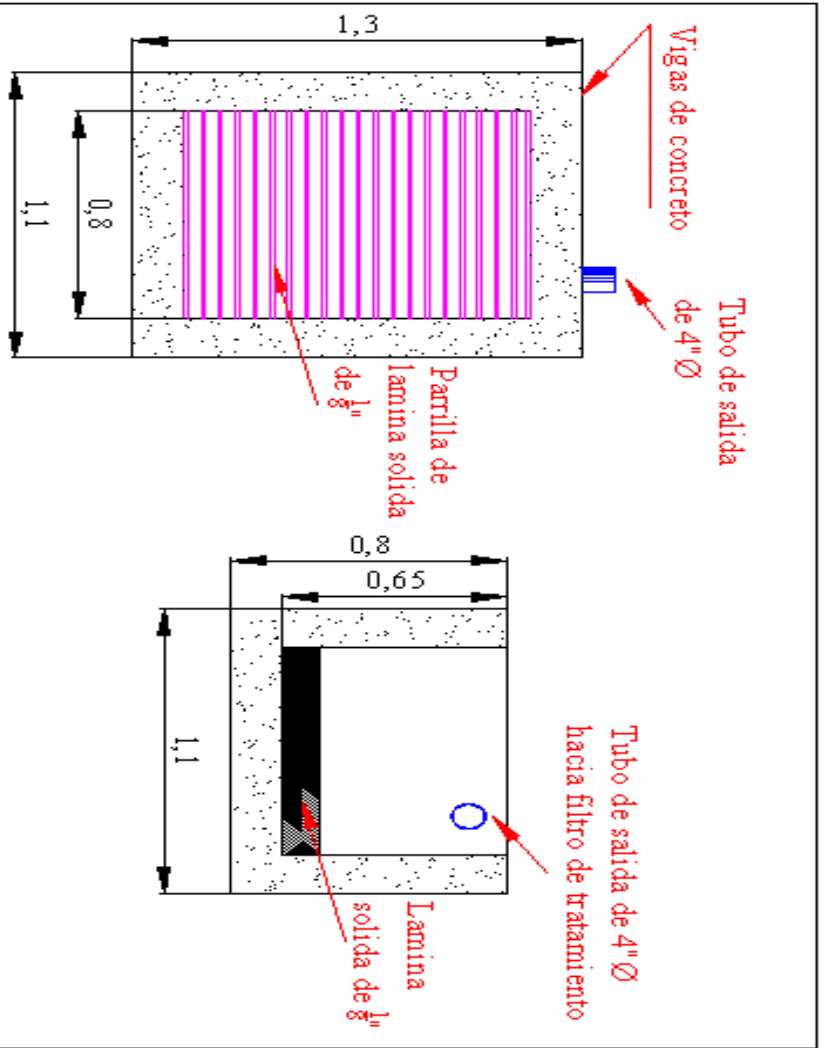
1. Habrán 3 pilas. Una de trampa de grasa, y las otras dos son desarenadores. Estas tres cuentan con material como arena, grava y bolón para grasas y otros residuos de las aguas sucias del CA. La longitud de estas son 0.65 mts X 3.3 mts, las cuales estarán construidas de concreto con bloque y material selecto por debajo de las vigas. Debido a su peso se utiliza este tipo de materiales.

Aspecto Ambiental

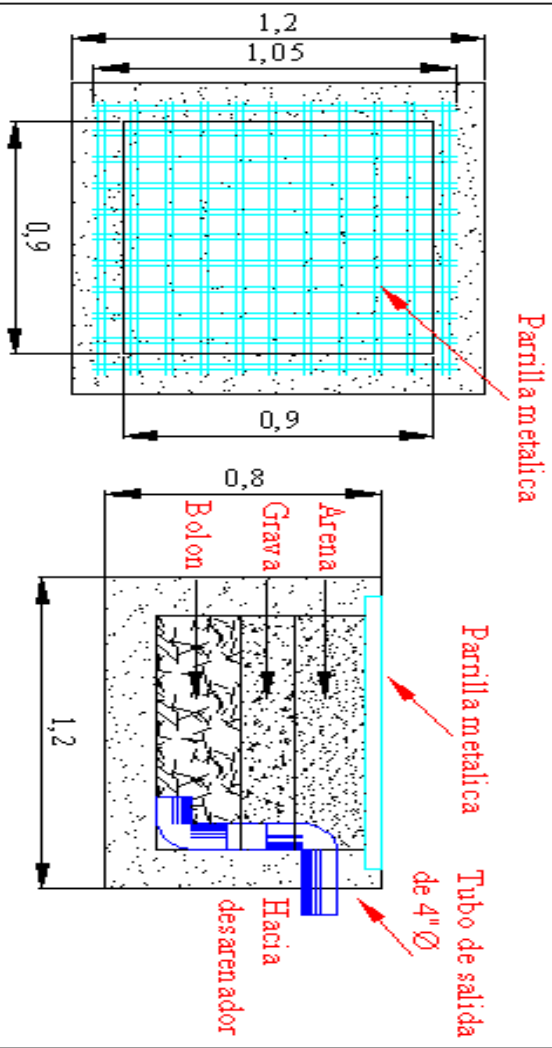
2. Detalles de las pilas (filtros). Las tres pilas cuentan con pilas de material filtrante, las medidas de estas son de 75 mts X 3.66 mts. Estarán construidas de concreto, bloques, material selecto y tapas de concreto movibles.

Aspecto Ambiental





DETALLE DE DESARENADOR
Esc:..... 1 : 20



DETALLE DE TRAMPA DE GRASA
Esc:..... 1 : 20

8.4 Funcionamiento de las pilas para el tratamiento de las aguas

1. Las aguas utilizadas para el proceso de lavado de los plátanos y de las cajillas provenientes de las fincas son consideradas como aguas residuales que pasarán por una trampa de grasa, la cual contará con un material especial para el tratado de los desechos químicos como el jabón, detergente, ambientador etc. Esta trampa tiene por objetivo quitar cualquier material extraño que provenga de todo el proceso en el Centro de Acopio.
2. Luego estas aguas pasan por dos desarenadores que también contarán con materiales utilizados para el tratamiento de desechos de aguas, estos funcionarán quitando las impurezas como arena, tierra y otros residuos que pueda traer el agua.
3. Después estas aguas pasan por tres filtros, los cuales almacenarán el agua por un lapso de tiempo para un mejor resultado. El objetivo de estas tres pilas es que el agua salga más limpia que la que proviene de los filtros.
4. Una vez finalizado el proceso de las pilas de tratamiento, estas aguas salen por tuberías como agua pluviales, las cuales ya no poseen ningún material contaminante.

RECOMENDACIONES

1. Hacer contratos de provisión de los productos agrícolas con medianos y grandes productores.
2. Capacitar al inicio y cada cierto periodo de tiempo a los productores que van a funcionar como proveedores directos de la empresa exportadora en manejo de los productos agrícolas a lo largo de la cadena productiva para asegurar la calidad requerida.
3. Negociar con las empresas de transporte y carga internacional un descuento o menor costo total dado el número de contenedores que se quiere exportar.
4. Para la comercialización del maní se recomienda que el proceso de limpieza sea realizado por la empresa exportadora, de lo contrario provoca que sea insostenible su exportación.
5. De ser financiado el proyecto exportador es recomendable la negociación de una tasa de interés blanda (mayores márgenes de utilidades) y un periodo de pago de por lo menos 10 años (más tiempo de pago por cualquier riesgo o imprevisto surgido durante la ejecución del proyecto).

Referencias bibliográficas

- DR-CAFTA, Dirección General de Servicios Aduaneros (DGA). dga.gob.ni
- El Nuevo Diario. Nicaragua con oportunidad de ampliar exportación de plátano.19/02/09. elnuevodiario.com
- Guía para la exportación de yuca, Dirección General de Servicios Aduaneros (DGA). dga.gob.ni
- Ficha del incremento de exportación, MAG-FOR, Ministerio Agropecuario y Forestal.
- Comisión Nacional de Promoción de Exportaciones - MIFIC/CNPE. www.mific.gob.ni/dirFomento/CNPE.
- Ministerio Agropecuario y Forestal de Nicaragua (MAGFOR).
- Guía práctica para la exportación a EE.UU. Yuca Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura Representación del IICA en Nicaragua
- Un informe preliminar del gubernamental Centro de Trámites de las Exportaciones (CETREX)
- Sapag Chain,
- [es.wikipedia.org/wiki/Estudio de pre factibilidad](http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_pre_factibilidad)
- Estudio de mercado-Definición, secretaria de economía de México Infoproject1, CEPAL
- monografias.com.ni. Estudio Financiero
- Gabriel Baca Urbina
- Centro de Documentación (CEDOC-MIFIC), en base a información de la DGA.
- Centro de Exportación e Inversión (CEI).
- Banco Central de Nicaragua (BCN).
- USDA
- IICA
- Cadena agro industrial del Plátano, Maní y Yuca.

ANEXOS

Anexo #1

Contactos comerciales para la exportación de maní.

En México

Empresa	Contacto	Teléfono	Dirección	E-mail:
Carla Quintero	Carla Quintero	01244 – 4418103	Puebla (México)	car_7006@hotmail.com
SESAJAL S.A. DE C.V.	Rogelio Serna Cárdenas	(5233) 31 34 34 70 ext. 120 Fax (5233) 31 34 34 71/72	Calle 22 # 2332 Zona Industrial Guadalajara (México)	compras@sesal.com
Grupo AUTOFIN	Rocío Moreno López	50.63.28.00 ext. 2849/2951	Insurgentes Sur 1235. 7º Piso (México)	rmoreno1971@hotmail.com

El Salvador

Empresa	Contacto	Teléfono/fax
CASA BAZZINI,SA,DE C.V	Miguel Mancía Arrue	(503)338-5400 (503)318-2056
PRODUCTOS ALIMENTICIOS BOCADELI S,A DE C.V	Karla Daniela Tesak Juashz	(503) 295-4000
MELHER S,A DE C.V COMELSA	Marvin Melgar Padilla	(503) 272-2222 (503) 272-8260
PRODUCTOS ALIMENTICIOS S,A DE C.V	Bertha de Cobar	(503)227-1671 (503)227-1268

Guatemala.

Empresa	Contacto	Teléfono	Dirección
Productos Zulia (Brenda de Esquivel)	Brenda de Esquivel	(502) 4710357	31 Calle 5-17 zona 3 Guatemala
La Fragua Supermercado		(502) 3605051 y 52	Kilometro 17 Brocenas VN Atrás de Hiper Paiz Villa Nueva
ALCAZA	Ing. Julio Tobar	(502) 5994771 y 4774770	48 Calle 15-74 zona 12
Distribuidora Ayarza s.a		(502) 4483044 fax(502)4483477	0 Av. B 4-88 zona 6 Los Álamos San Miguel
COCO	Francisco Méndez	(502) 4392622 Fax (502)4395641 frncisco-mendes@cocoguate.cpm	5 calle 12-59 zona 2 col Escuadrilla.
Depósitos San Luis	Luis Arnaldo Valdez	(502) 2515225	1 avenida 21-69 zona 1
Deposito la 23	Manuel Celada	(502) 3622640	23 calle 1-72 zona 1
Deposito Chiquimula	Carlos Cabrera	(502) 2544373	21 calle 2-07 zona 1

Contactos comerciales para la exportación de plátano y yuca.

NOMBRE DE LA EMPRESA	INFORMACION GENERAL	Teléfono/ Fax	COMENTARIOS
Coosemans Miami, Nueva York Boston, Los Ángeles	Martin Roth Ronald Zamora	(215) 334.3634 (305) 634.8886 (215) 334.3636 fax	Importante importador, distribuidor y mayorista con oficinas en las principales ciudades de EE.UU. y Canadá
Sunny Valley Inc.	Francisco Allende	(609) 881.0200 (609) 881.7232 fax	Importante importador, distribuidor y mayorista con proveedores regulares en Centro y Sur América .
Global Tropical	Emilio Serafino	(718) 241.9000 (718) 531.7467 fax	Importador de fruta exótica y tropical ubicado en Brookling.
Merex Corp.	D.S. Blumberg	(914) 376.0202 (914) 376.0702 fax	Importante importador, distribuidor y mayorista con operaciones en Miami, Nueva York y Los Ángeles.
J&J Produce	Leo Fernández	(718) 589.8444 (718) 589.8490 fax	Mayorista ubicado en el Mercado Terminal de NY, Bronx...
Coosemans Specialties	Joe Faraci	(718) 328.3060 (718) 842.6545 fax	Importador, distribuidor y mayorista ubicado en el Mercado Terminal de NY, Bronx.
Great American Farms	Alan Levy	(954) 785.9400 (954) 785.9515 fax	Importante importador, distribuidor y mayorista de la Florida.
Brooks Tropicals	Rod Bernard	(305) 242.7367 (305) 245.8023 fax	Productor, empacador, distribuidor y mayorista de una importante gama de productos exóticos y tropicales con buena presencia en el mercado de la costa este de EE.UU.
Chesnut Hill Farms	Otto Campo Julián Vélez	(305) 530.4732 (305) 375.0791 fax	Importante importador, distribuidor y mayorista de la zona de Miami con operaciones en todo EE.UU.
CH Robison Co.	Peter Huso	(909) 598.0455 (909) 598.1362 fax	Importante importador, distribuidor y mayorista de California, con operaciones en varios estados de EE.UU y Canadá.

Caribbean Fruit Connection	Larry Leighton	8900 NW 35th Lane, Suite 100B Miami, FL Tel: 305-592-3400	Importador e intermediario de productos frescos en el Mercado de Miami.
Caribe Food	Guillermo Rodriguez	7350 NW 30th Ave. Miami, FL Tel: 305-835-7110	Importador e intermediario de productos frescos en el Mercado de Miami.
J&C Enterprise	Carlos Capote	1221 N. Venetian Way, Miami, FL Tel: 305-856-4230	Importador e intermediario de productos frescos en el Mercado de Miami.
M&M Farm Inc	Manny Hevia, Jr	14945 SW 197th Ave. Miami, FL Tel: 305-233-8224	Importador e intermediario de productos frescos en el Mercado de Miami.
Valdes Farm Inc.	Eladio Valdes	14945 SW 197th Ave Miami, FL Tel: 305-385-5324	Importador e intermediario de productos frescos en el Mercado de Miami.
Cochran, Robt. T & Co	Richard Cochran	410 Hunts Point Terminal Market Bronx, NY Tel: 718-9912340	Importador e intermediario de productos frescos en el Mercado de Nueva York.
Esposito, J. & Sons Tropical		1333 39th St. Brooklyn, NY Tel: 718-435-4610	Importador e intermediario de productos frescos en el Mercado de Nueva York
New York Produce Inc		49-57Bronx Terminal Market Bronx, NY Tel: 718-585-1041	Importador e intermediario de productos frescos en el Mercado de Nueva York
Primos Tropical Produce Corp		1340 Spofford Ave. Bronx, NY Tel: 718-620-4648	Importador e intermediario de productos frescos en el Mercado de Miami
Trombetta, M. & Sons, Inc		100-105 Hunts Point Terminal Market Bronx, NY Tel: 718-378-5800	Importador e intermediario de productos frescos en el Mercado de Miami.

Anexo #2

DISEÑO DE LA INVESTIGACION

- **Universo del estudio (muestra poblacional)**

Universo y entorno del estudio: productores agrícolas de plátano del pacifico sur (Rivas), productores de maní del occidente (León y Chinandega) y productores de yuca de Nueva Guinea.

- **Fuentes de información y tipo de información:**

- Productores agrícolas de plátano, maní y yuca.
 - ✓ Experiencia productiva y comercial.
 - ✓ Usos de tecnologías agropecuarias actuales.
 - ✓ Comercialización de los cultivos.
 - ✓ Acceso o uso de Asistencia técnica o capacitaciones para el mejoramiento de la producción.
 - ✓ Manejo efectivo de los productos agrícolas.
- Centro de Trámite para las Exportaciones (CETREX).
 - ✓ Formas o Facilidades de trámites al exportador.
 - ✓ Asesoramiento y orientación para el nuevo exportador.
- Ministerio Agropecuario y Forestal (MAG-FOR).
 - ✓ Formas de asistencia técnica hacia los productores.
 - ✓ Medios y/o técnicas para incentivar el área de siembra y la diversificación de los cultivos.
- Asociación de Productores y Exportadores de productos no tradicionales de Nicaragua (APENN).
 - ✓ Experiencia comercial y exportadora.
 - ✓ Formas de cierres de negocios.

- ✓ Incentivos a la diversificación y exportación de la producción nacional.
 - ✓ Seguimiento o asesoramiento técnico a los productores miembros.
 - ✓ Promoción del cooperativismo agropecuario.
- Centro de Exportaciones e Inversiones (CEI)
 - ✓ Formas de contactos con clientes potenciales.
 - ✓ Seguimiento de cierres de negocios entre las partes involucradas.
 - ✓ Promoción de las inversiones y exportaciones.
- Banco Central de Nicaragua (BCN)
 - ✓ Estadísticas de las exportaciones actuales de Nicaragua.
 - ✓ Situación actual y mejoras a raíz de la entrada en vigencia de los tratados de libre comercio: ALBA, DR-CAFTA.
- **Instrumentos para recopilar la información.**
 - Encuestas a los productores de plátano, maní y yuca a nivel nacional. Ver anexos.
 - Entrevista a la Gerente de Comercio Exterior del CEI, personero del centro de información del CETREX, MAG-FOR, APENN.
 - Búsqueda de información vía internet.
- **Estrategias formas de recopilar la información.**
 - Almuerzo reunión con la Gerente de Comercio Exterior del CEI.
 - Reunión con los productores agrícolas.
 - Consultas on-line a la biblioteca del BCN, CETREX, MAG-FOR, CEI, APENN.
 - Consultas en internet de demanda potencial de los productos agrícolas.

- **Cronograma de actividades.**

No.	Actividad	Fecha de cumplimiento	Observación
1	Consultas de base de datos de productores de plátano, maní y yuca en el MIFIC.	20-04-09 – 24-04-09	Obtener información acerca de zonas de producción de plátano, maní y yuca, los productores y su ubicación.
2	Consulta de posibles contactos con productores de la base de datos del CEI.	27-04-09 – 01-05-09	Obtener información relevante a cerca de productores de zonas en específico.
3	Aplicar encuestas a productores en las zonas de producción de plátano, maní y yuca.	04-05-09 – 28-08-09	Obtener información a cerca de capacidad de producción, variedad y calidad de sus productos. Usos actuales de tecnologías agro-pecuarias, asistencia técnica existente, disponibilidad de vender sus productos a la empresa exportadora.
4	Procesamiento de la información obtenida por medio de la aplicación de las encuestas.	31-08-09 – 12-09-09	Crear una base de datos para selección posibles proveedores. Clasificando a los productores según la capacidad de producción, calidad del producto y la disponibilidad para hacer negocios.

5	Reunión con la Gerente de Comercio Exterior del CEI.	17-09-09	Conocer lista de clientes potenciales de los productos agrícolas a exportar.
6	Búsqueda en internet de demanda fiable de los productos a exportar	18-09-09 – 25-09-09	Conocer los estándares o exigencias del mercado importador. Ubicación de los posibles clientes. Cantidad de de demandas. Precios de los productos. Formas de cierres de negocios. Crear Base de datos de clientes potenciales y complementar con información con lista del CEI.
7	Aplicar entrevista en el CETREX	28-09-09	Conocer las formas en que este ente gubernamental facilita los trámites para las exportaciones. De que forma orienta y asesora a los exportadores.

8	Aplicar entrevista en el MAG-FOR	05-10-09	Conocer de qué forma asiste a los productores nacionales. Si incentivan el aumento de las siembras. Donde, cuando y como priorizan las asistencias técnicas.
9	Aplicar entrevista en APENN	12-09-09	Conocer de la experiencia exportadora y funcionalidad de la asociación.
10	Realizar el estudio técnico	19-10-09 – 04-12-09	Determinar el tipo, cantidad, de la maquinaria, equipos, herramientas, personal, infraestructura, logística de transporte y entrega, costos de operación, capital de trabajo, inversión inicial, localización optima de la empresa, ingeniería del proyecto, aspectos legales, y todo lo necesario para el funcionamiento de la empresa.
11	Realizar el estudio financiero.	04-01-10 – 12-02-10	Calcular la viabilidad y rentabilidad del proyecto, a través, de cuadros analíticos. VAN, TIR, $R^{c/B}$, periodo de recuperación, análisis de sensibilidad.

12	Realizar el estudio socioeconómico.	15-02-10 – 13-03-10	Determinar el impacto de la creación y puesta en marcha de la empresa exportadora, en la economía y la sociedad.
13	Realizar el estudio de impacto ambiental.	15-03-10 – 09-04-10	Determinar las formas de mitigación de los desechos provenientes del funcionamiento de la empresa comercializadora y exportadora.
14	Revisión general del proyecto	12-04-10 – 16-09-10	Revisar la estructura actual y las posibles mejoras.
15	Conclusiones del proyecto	20-09-10 – 01-10-10	Elaborar los resultados finales.
16	Elaboración del trabajo final	04-10-10 al 13-10-10	Revisar, imprimir y empastar el informe final.
17	Entrega del informe final	14-10-10	Presentación del <u>Estudio de Pre-factibilidad para la creación de una empresa que comercialice al exterior plátanos, maní y yuca.</u>

Encuesta a los productores

Con la presente encuesta se pretende conocer el área total utilizada para la cosecha de cada producto agrícola en estudio, la capacidad de producción de los productores, el rendimiento obtenido y como los productores están distribuyendo sus productos y en que mercados.

1. ¿Cuántas manzanas tiene o posee? Según el producto agrícola:

Plátano:

0-10 11-20 +20

Maní:

0-30 31-120 +120

Yuca:

0-10 11-20 +20

2. ¿Cuántas de estas manzanas ocupa para el cultivo?

_____ Manzanas.

Según el producto agrícola:

Plátano Maní Yuca

3. ¿Que tipo de variedad cultiva?

Plátano:

Cuerno Enano C. Grande Hawaino

Maní:

Runner Valencia Virginia

Yuca:

Criolla Algodón Valencia Brasileña Otra

4. ¿Cuánto es la producción por manzanas?

_____ Unidades _____ Quintales _____ Sacos

5. ¿Cómo comercializa su producto?

Venta directa Intermediarios otros _____ (especifique)

Si la comercialización es por medio de venta directa, intermediarios u otros:

6. ¿Qué tipo de transporte utiliza para la comercialización?

Camiones Camionetas Furgones

7. ¿Dónde comercializa su producto?

Interior del país exterior del país

8. ¿Si es en el interior?

Mercados Centros de acopio Establecimiento propio

9. ¿Si es en el exterior?

Exportador Directo Intermediarios

10. ¿Que cantidades exporta?

_____ Kilogramo Otros

12. ¿Este medio de transporte es:

Propio Alquilado Prestado

13. ¿Recibe algún tipo de asistencia técnica?

Si No

14. ¿Si no le brindan asistencia técnica, como le brinda la asistencia a su cultivo?

Experiencias Capacitaciones previas Otros

15. ¿Quien le brinda la asistencia técnica?

INTA MAG-FOR ALCALDIA
 Cooperativas Otros ONG

16. ¿Con que frecuencia le brindan la asistencia?








_____ Meses _____ Años

Anexo #3











1. Cursograma analítico del área de Lavado

Cursograma analítico								
Diagrama N° 1 Hoja N° 1								
Objeto: Actividad: área de lavado Método Actual:				Resumen		Actual		
				Operación ◊		3		
				Trasporte →		2		
				Espera D		0		
				Inspección □		1		
				Almacén ▽		1		
Lugar : Área de Producción del centro de Acopio de Plátanos				Distancia (mts)				
				Tiempo (min.)				
Operario: Ficha N° : 1				Costo				
				Mano de obra				
Compuesto				Material				
Aprobado por:				Total				
Descripción	Cantidad	Distancia	Tiempo	Símbolos			Observación	
				◊	→	D		□
Almacén del producto		35.9	900seg					
Traslado de las cajillas al área de lavado		37.8	60´					
Introducción del producto a la pila			5´					
Lavado de cada unidad de plátano			8.33´					
Deposito de las unidades lavadas en las cajillas			5´					
Inspección de la limpieza del producto			60´					
Traslado al área de secado		41	90´					
			18.8mint					















2. Cursograma analítico área de secado

Cursograma analítico							
Diagrama N° 2 Hoja N° 2							
Objeto: Actividad: área de secado Método Actual:				Resumen		Actual	
				Operación 		1	
				Trasporte 		2	
				Espera 		1	
				Inspección 		1	
Lugar : Área de Producción del centro de Acopio de Plátanos				Distancia (mts)		79 mts	
				Tiempo (min.)			
Operario: Ficha N° : 2				Costo			
				Mano de obra			
Compuesto				Material			
Aprobado por:				Total			
Descripción	Cantidad	Distancia	Tiempo	Símbolos			Observación
							
Traslado de cajillas con plátanos al área de secado		41	90´				
Colocación de las cajillas al área de secado			30´				
Espera del secado del producto			300´				
Inspección del secado del plátano			30´				
Traslado de las cajillas con el producto al área de empaque		38	60´				
Total		79	8.5mint				

3. Cursograma analítico del área de Empaque

Cursograma analítico									
Diagrama N° 3 Hoja N° 3									
Objeto: Actividad: área de Empaque Método Actual:				Resumen		Actual			
				Operación 		2			
				Trasporte 		3			
				Espera 		1			
				Inspección 		1			
				Almacén 		0			
Lugar : Área de Producción del centro de Acopio de Plátanos				Distancia (mts)					
				Tiempo (min.)					
Operario: Ficha N° : 3				Costo					
				Mano de obra					
Compuesto				Material					
Aprobado por:				Total					
Descripción	Cantidad	Distancia	Tiempo	Símbolos					Observación
									
Traslado de las cajillas al área de empaque		38	60´	●					
Se arman y se pegan las cajas			30´	●					
Se colocan los plátanos en las cajas de cartón			30´	●					
Se verifica el peso de las cajas con los plátanos			30´				●		
Se sellan las cajas			15´	●					
Se trasladan para ser estivadas		32	60´	●					
Hay espera antes de ser trasladada al camión			180´				●		
Se trasladan al contenedor		28	60´	●					
Total		98	7.75 mint						

4. Cursograma analítico traslado de la mercadería

Cursograma analítico										
Diagrama N° 4 Hoja N° 4										
Objeto: Actividad: área de estivación Método Actual:				Resumen		Actual				
				Operación 		0				
				Trasporte 		3				
				Espera 		0				
				Inspección 		1				
				Almacén 		0				
Lugar : Del centro de acopio al puerto				Distancia (mts)						
				Tiempo (min.)						
Operario: Ficha N° : 4				Costo						
				Mano de obra						
Compuesto				Material						
Aprobado por:				Total						
Descripción	Cantidad	Distancia	Tiempo	Símbolos					Observación	
										
Traslado de mercancías al puerto el limón										
Verifica el peso del contenedor acorde ala factura										
Transportan el contenedor al barco										
Se traslada hacia el consumidor final										

Anexo #4

Ficha Ocupacional

Ficha ocupacional #1

Titulo del puesto: **Gerente General**

Departamento: Gerencia General

Numero de empleados en el departamento: uno

Numero de empleados en el puesto: uno

A. Funciones:

Dirige y coordina todas las actividades administrativas de la empresa, específicamente realiza las siguientes funciones:

- * Responsable de la dirección general de la empresa.
- * Supervisa todas las actividades de la empresa
- * Encargado de tomar decisiones administrativas y financiera.
- * Autoriza la documentación para la realización de compras de materiales u otros gastos de la empresa para realización de la exportación de los productos.

B. Requisitos del puesto:

1. Habilidades :

- * Educación: Ingeniero en Sistemas o administrador de Empresa
- * Manejo del idioma Ingles.
- * Experiencia: 5 años en puestos similares.

2. Esfuerzo:

- * Mental: debe realizar un alto esfuerzo visual y mental para dirigir eficientemente el centro.

3. Responsabilidad:

- * Supervisión de personal: es el responsable del supervisor de cada una de los productos que se van a exportar, del administrador del centro y responsable indirecto del resto de los trabajadores del centro de acopio

4. Condiciones de trabajo:

- * Ambiente de trabajo: oficina privada y amueblada, disponibilidad de computadora, impresora, fotocopia, teléfonos, aire acondicionado, acceso a la red.

Ficha ocupacional #2

Título del puesto: **Supervisor de producción**

Departamento: Centro de Acopio (Rivas)

Numero de empleados en el departamento: uno

Numero de empleados en el puesto: uno

A. Funciones:

Dirige y coordina todas las actividades de producción del centro de acopio, específicamente realiza las siguientes funciones:

- * Responsable de la dirección general del centro de Acopio.
- * Responsable en la recolección del producto en finca del productor.
- * Supervisa todas las actividades de proceso de lavado y empaque del producto.
- * Encargado de tomar decisiones inmediatas en CA.
- * Encargado de realizar todas las actividades de papelería y pagos para el producto.

B. Requisitos del puesto:

1. Habilidades :

- * Educación: ingeniero Agrónomo
- * Conocimientos administrativos, de negociación, de normas y requerimientos de estándares de calidad para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos.
- * Experiencia: 5 años en puestos similares.

2. Esfuerzo:

- * Mental: debe realizar un alto esfuerzo visual y mental para dirigir eficientemente el centro de acopio y de los plátanos en finca.

3. Responsabilidad:

- * Supervisión: es el responsable del supervisar a todos los trabajadores del centro de acopio de cada área y de la compra de los plátanos.

4. Condiciones de trabajo:

- * Ambiente de trabajo: oficina (parcialmente), condiciones en el centro de acopio en cada puesto de trabajo y para el personal.

Ficha ocupacional #3

Titulo del puesto: **Bróker**

Departamento: Gerencia General

Numero de empleados en el departamento: 1

Numero de empleados en el puesto: 1

A. Funciones:

- * Captar negocios en cartera.
- * Asesorar a la empresa en la valuación de los negocios.
- * Recopilar toda la información de la empresa y solicitar los documentos necesarios para la venta de los productos.
- * Armar un paquete de promoción y venta del negocio en el exterior.
- * Promocionar los negocios que tiene en cartera con la empresa exportadora.
- * Atender, orientar, calificar y registrar a Compradores potenciales.
- * Mediar en las negociaciones entre la empresa exportadora y los Compradores.
- * Acercar a ambas partes a los profesionales que ayudan a completar la operación (Abogados, Contadores, Asesores Fiscales, Corredores Públicos y Notarios).
- * Orientar a la empresa exportadora y Compradores para lograr el cierre de la operación.
- * Preparar y acompañar a ambas partes hasta el "Día del Cierre".

B. Requisitos del puesto:

1. Habilidades :

- * Educación: Graduado de la carrera de Comercio Internacional.
- * Dominio de idioma inglés y español (escrito y oral)
- * Experiencia: mínimo 10 años.

2. Esfuerzo:

Mental: debe realizar un alto esfuerzo visual y mental para dirigir eficientemente el comercio internacional.

3. Responsabilidad:

Actuar como intermediario entre Compradores y la empresa exportadora. Es responsable de conjuntar a dichas partes y su objetivo es vender negocios.

Ficha Ocupacional.

Ficha ocupacional #4

Titulo del puesto: **Asistente de Gerencia**

Departamento: Gerencia General

Numero de empleados en el departamento: uno

Numero de empleados en el puesto: uno

A. Funciones:

- * Redacta cartas
- * Lleva control de archivos y papelería.
- * Control de agendas del director.
- * Atender y hacer llamadas
- * Supervisa todas las actividades de la empresa.
- * Recibe las personas que visitan al director.
- * Encargada de hacer los pagos de servicios básicos de la empresa.
- * Realiza gestiones (varias) para la empresa de exportación.

B. Requisitos del puesto:

1. Habilidades :

- * Educación: Secretaria ejecutiva.
- * Manejo de computadoras y de red.
- * Administrativas _Contabilidad.
- * Manejo de Idioma ingles.
- * Experiencia: 2 años aproximadamente en puestos similares.

2. Esfuerzo:

- * Mental: Es poco pero importante.
- * Físicos : ágil

3. Responsabilidad:

- * Métodos o procesos: es responsable del cumplimiento de las tareas de la empresa y las características de su cargo.
- * Información confidencial: la responsabilidad de la confidencialidad de los documentos del centro.

4. Condiciones de trabajo:

- * Ambiente de trabajo: Oficina abierta, muebles y accesorios de oficina.

Ficha Ocupacional

Ficha ocupacional #5

Titulo del puesto: **Limpieza del plátano.**

Departamento: Área de lavado

Numero de empleados en el departamento: veinte

Numero de empleados en el puesto: veinte

A. Funciones:

- * Lavar plátanos y depositarlos en las cajillas

B. Requisitos del puesto:

1. Habilidades :

- * Educación: primaria aprobada.

- * Experiencia: ninguna

2. Esfuerzo:

- * Físicos : ágil y rápido

3. Responsabilidad:

- * Métodos o procesos: es responsable de lavar bien los plátanos, y cumplir con las tareas del proceso de lavado en el área.

4. Condiciones de trabajo:

- * Ambiente de trabajo: tranquilidad en el trabajo, agradables relaciones en el trabajo, área de comedor, baños, accesorios (para el personal del área)

Ficha ocupacional # 6

Titulo del puesto: **Distribución del plátano en el área del CA.**

Departamento: Área del CA.

Numero de empleados en el departamento: cinco

Numero de empleados en el puesto: cinco

A. Funciones:

- * Descargar: descargar los camiones cuando viene el producto (sucio) de finca y llevarlo al área de almacén de plátanos sucios.
- * Llevar las cajillas al área de lavado atendiendo a cinco lavadores de plátano abasteciéndolos de cajillas limpias, y cajillas con plátanos sucios.
- * Llevar las cajillas con los plátanos limpios al área de secado.
- * Este mismo se encarga de trasladarlo al área de secado
- * Este se encarga luego de cargarlo al camión.

B. Requisitos del puesto:

1. Habilidades :

- * Educación: primaria aprobada.
- * Experiencia: ninguna

2. Esfuerzo:

- * Físicos: ágil, fuerte y rápido.

3. Responsabilidad:

- * Métodos o procesos: es responsable de llevar los plátanos al área de lavado, secado, empaque y carga.

4. Condiciones de trabajo:

- * Ambiente de trabajo: tranquilidad en el trabajo, agradables relaciones en el trabajo, área de comedor, baños, accesorios (para el personal del área de carga)

Ficha Ocupacional

Ficha ocupacional #7

Titulo del puesto: **Empaque y etiquetado.**

Departamento: Área de Empaque

Numero de empleados en el departamento: ocho

Numero de empleados en el puesto: ocho

A. Funciones:

- * Están encargado de empaclar, pesar y etiquetar las cajas de plátanos.
- * Encargados de la estivación en esa área

B. Requisitos del puesto:

1. Habilidades :

- * Educación: primaria aprobada.
- * Experiencia: ninguna

2. Esfuerzo:

- * Físicos : ágil y rápido

3. Responsabilidad:

- * Métodos o procesos: es responsable de lavar bien los plátanos, y cumplir con las tareas del proceso de lavado en el área.

4. Condiciones de trabajo:

- * Ambiente de trabajo: tranquilidad en el trabajo, agradables relaciones en el trabajo, área de comedor, baños, accesorios (para el personal del área)

Ficha ocupacional #8

Título del puesto: **Supervisor del producto (maní)**

Departamento:

Numero de empleados en el departamento: uno

Numero de empleados en el puesto: uno

A. Funciones:

Dirige y coordina todas las actividades para la exportación del producto, específicamente realiza las siguientes funciones:

- * Responsable de dirigir a los productores.
- * Responsable en que lleguen los productores ala palta de procesamiento.
- * Supervisa todas las actividades desde que entra el producto ala planta peso, cantidad y calidad.
- * Encargado de tomar decisiones inmediatas en la planta.
- * Encargado de realizar todas las actividades de papeleos y pagos para el producto.

B. Requisitos del puesto:

1. Habilidades :

- * Educación: ingeniero Agrónomo.
- * Conocimientos administrativos, negociación, de normas y requerimientos de estándares de calidad para la exportación hacia el mercado de México.
- * Experiencia: 5 años en puestos similares.

2. Esfuerzo:

- * Mental: debe realizar un alto esfuerzo visual y mental para dirigir eficientemente el proceso de exportar el producto.

3. Responsabilidad:

- * Método y proceso: es el responsable de que el producto vaya a como lo exija el cliente en tiempo y forma.

Ficha ocupacional #9

Titulo del puesto: **Supervisor del producto (yuca)**

Departamento:

Numero de empleados en el departamento: uno

Numero de empleados en el puesto: uno

A. Funciones:

Dirige y coordina todas las actividades para la exportación del producto, específicamente realiza las siguientes funciones:

- * Responsable de comercializar con la empacadora.
- * Encargado de tomar decisiones inmediatas en la planta.
- * Encargado de realizar todas las actividades de papeleos y pagos para el producto.

B. Requisitos del puesto:

1. Habilidades :

- * Educación: ingeniero Agrónomo.
- * Conocimientos administrativos, negociación, de normas y requerimientos de estándares de calidad para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos.
- * Experiencia: 5 años en puestos similares.

2. Esfuerzo:

- * Mental: debe realizar un alto esfuerzo visual y mental para dirigir eficientemente el proceso de exportar el producto.

3. Responsabilidad:

- * Método y proceso: es el responsable de que el producto vaya a como lo exija el cliente en tiempo y forma.

Ficha ocupacional #10

Titulo del puesto: **Vigilante**

Departamento: C.A

Numero de empleados en el departamento: uno

Numero de empleados en el puesto: uno

A. Funciones:

- * Encargado de vigilar el CA 12 horas al día.
- * Responsable de los objetos del CA.

B. Requisitos del puesto:

1. Habilidades :

- * Educación: mínimo primaria Aprobada.
- * Experiencia: 2 años en puestos similares.

2. Esfuerzo:

- * Mental: concentración visual y mental.
- * Físico: mínimo

3. Responsabilidad:

- * Método y proceso: Velar por la máxima seguridad en el centro.

4. Condiciones de Trabajo

- * Ambiente de trabajo: optimo y agradable

Ficha Ocupacional

Ficha ocupacional #11

Titulo del puesto: **Vigilante**

Departamento: Gerencia General.

Numero de empleados en el departamento: tres

Numero de empleados en el puesto: uno

A. Funciones:

- * Encargado de vigilar la oficina 12 horas al día.
- * Responsable de los objetos de la oficina.
- * Abrir la puerta a las personas cuando visiten el centro.

B. Requisitos del puesto:

1. Habilidades :

- * Educación: bachiller.
- * Experiencia: 2 años en puestos similares.

2. Esfuerzo:

- * Mental: concentración visual y mental.
- * Físico: mínimo

3. Responsabilidad:

- * Método y proceso: Velar por la máxima seguridad en la oficina central.

4. Condiciones de Trabajo.

- * Ambiente de trabajo: optimo y agradable

Anexo #5

Brókeres ubicados en Estados Unidos.

Empire BB Miami 2 - Miami, Florida, United States

Jose E Merille

Brokers

Tel: 305 220 5422
Fax: 305 220 79 74
Email: merille@empireusa.biz
Web: www.empirebb.com

Jose E Merille

Over 25 years experience in Business Ownership, Franchise Development and Sales(created successful Franchise Companies ranked in Entrepreneur Magazines TOP FRANCHISE 500 in 2005 and 2006), Business Sales (personally have sold over 150 Businesses in the United States, Mexico and Central and South America, Business Management, Franchise Owner and Entrepreneur.

12731 Bird Road Suite B
ZIP/CP 33175
Miami, Florida, United States

Empire BB Tampa Bay - Tampa, Florida, United States

Brian Stephens

Brokers

Tel: 813-571-7700
Fax: 1-866-633-0420
Email: brian@empiretampabay.com
Web: www.BuyBizFL.com

Brian Stephens

16152 Delancey Station Drive, #206
ZIP/CP 33547
Tampa, Florida, United States

Anexo #6 Incoterms

INTRODUCCION

Los Incoterms son los términos comerciales internacionales que definen y reparten claramente las **obligaciones**, los **gastos** y los **riesgos** del **transporte** internacional y del **seguro**, tanto entre el exportador y el importador. Estos términos son reconocidos como estándares internacionales por las autoridades aduaneras y las cortes en todos los países.

Cuando los comerciantes entran en un **contrato** para la compra y la **venta** de mercancías, están libres de negociar términos específicos en su contrato. Estos términos incluyen el **precio**, la cantidad, y las características de las mercancías. Cada contrato internacional contiene lo que se refiere como Incoterm (reglas internacionales para la **interpretación** de términos comerciales) El Incoterm seleccionado por los comerciantes de la transacción, determinará quién pagará el **costo** de cada segmento del transporte, quién es responsable de cargar y descargar la mercancía, y quién lleva el **riesgo** de la pérdida en un momento dado durante el envío internacional. Incoterms también influyen el **valor** de la mercancía importada a través de una **aduana**.

Los Incoterms son supervisados y administrados por la **Cámara de Comercio** internacional en París y son incluidos por las principales naciones comerciales del mundo. Actualmente hay 13 Incoterms en uso, y pueden ser considerados en términos de la base citada arriba. Todos los Incoterms actuales están descritos a continuación. Cabe decir que EXW, FOB, CIF, y DDP son los Incoterms usados más frecuentes.

REFERENCIA HISTORICA

Las **leyes** propias de cada país o unión de países proporcionan cobertura jurídica dentro del territorio en el que han sido aprobadas, no pudiendo, no obstante, ser aplicables fuera de su **dominio**. Esta situación supone la dificultad de decidir cuál es la reglamentación aplicable en un contrato de compra-venta entre dos países con legislaciones diferentes.

A comienzos del siglo XX se estableció la necesidad de solventar dicha problemática para reducir el riesgo de complicaciones legales y de ésta forma facilitar el intercambio en el **comercio** internacional.

En el marco de la Cámara de **Comercio Internacional**(CCI), los exportadores mundiales y el resto de los sectores comerciales aprobaron una primera normativa que posteriormente ha sido objeto de distintas revisiones: son los **INCOTERMS**, acrónimos de los términos ingleses Internacional Comercial TERMS (términos de comercio internacional).

Desde su creación en 1936, los INCOTERMS han sufrido diversas actualizaciones con el **objetivo** de mejorar y dar mayor apoyo a los comerciantes. Se han incluido constantes modificaciones para adaptarlos a las presentes prácticas comerciales y adecuarlos al **desarrollo** del Comercio Internacional.

Tras las revisiones publicadas en 1953, 1967, 1976, 1980 y 1990, los INCOTERMS 2000 se presentan como la última modificación de la norma.

CONCEPTO DE INCOTERMS

Son reglas internacionales uniformes para la interpretación de términos comerciales. Determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en un contrato de compra-venta internacional, solucionando los **problemas** derivados de las diversas interpretaciones que pueden darse según los países involucrados y reduciendo las incertidumbres **derivadas** de las múltiples legislaciones, usos y costumbres.

Carecen de toda **fuerza** normativa o legal, obteniendo su reconocimiento de su cotidiano y constante uso a nivel mundial, por lo que para que sean de aplicación a un contrato determinado, éste deberá especificarlo así.

Los INCOTERMS regulan:

- La **distribución** de **documentos**.
- Las condiciones de entrega de la mercancía.
- La distribución de los costes de la operación.
- La distribución de riesgos de la operación.

Pero no regulan:

- La legislación aplicable a los puntos no reflejados en los INCOTERMS.
- La forma de pago de la operación.

Son **marca** registrada de ICC Publishing, Inc.

FINALIDAD DE LOS INCOTERMS

La finalidad de los INCOTERMS es establecer un conjunto de reglas internacionales uniformes para la interpretación de los términos más utilizados en el comercio internacional, con objeto de evitar en lo posible las incertidumbres derivadas de dichos términos en países diferentes.

Además delimitan con **presión** los siguientes términos del contrato:

- Reparto de gastos entre exportador e importador.
- Lugar de entrega de la mercancía.
- Documentos que el exportador debe proporcionar al importador.
- Transferencia de riesgos entre exportador e importador en el transporte de la mercancía.

CLASIFICACION DE LOS INCOTERMS

Los INCOTERMS contienen un total de 13 posiciones o tipos de **contratos** diferentes y se clasifican en dos **grupos**:

1. Grupo llegada, y
2. Grupo salida.

A continuación se presenta un listado que contiene los tipos de INCOTERMS clasificados en sus grupos respectivos:

1. Grupo E

EXW: "Ex Works" ("En fabrica")

Grupo F

FCA: "Free Carrier" ("Franco transportista")

FAS: "Free Alongside Ship" ("Franco al costado del buque")

FOB: "Free On Board" ("Franco a bordo")

Grupo C

CFR: "Cost and Freight" ("Coste y flete")

CIF: "Cost, Insurance and Freight" ("Coste, seguro y flete")

CPT: "Carriage Paid To..." ("Transporte pagado hasta...")

CIP: "Carriage and Insurance Paid to..." ("Transporte y seguro pagados hasta...")

2. Grupo salida:

3. Grupo llegada:

Grupo D

DAF: "Delivered At Frontier" ("Entregado en **frontera**")

DES: "Delivered Ex Ship" ("Entregado sobre el buque")

DEQ: "Delivered Ex Quay" ("Entregado en muelle")

DDU: "Delivered Duty Unpaid" ("Entregado sin pago de **derechos**")

DDP: "Delivered Duty Paid" ("Entregado con pago de derechos")

ANÁLISIS DE LOS TÉRMINOS.

EXW "EX WORK" (en fábrica).

El vendedor se obliga a poner a disposición del comprador en su establecimiento o lugar convenido (fábrica, taller, **almacén**, etc.), sin despacharla para la **exportación** ni efectuar la carga en el vehículo receptor, concluyendo sus obligaciones.

FCA "FREE CARRIER" (franco transportista).

El vendedor entrega la mercancía y la despacha para la exportación al transportista nombrado por el comprador en el lugar convenido. El lugar de entrega elegido determina las obligaciones de carga y descarga de la mercancía en ese lugar: si la entrega tiene lugar en los locales de vendedor, éste es responsable de la carga; si la entrega ocurre en cualquier otro lugar, el vendedor no es responsable de la descarga.

FAS "FREE ALONGSIDE SHIP" (franco al costado del buque).

La entrega de la mercancía se realiza cuando es colocada por el vendedor al costado del buque en el puerto de embarque convenido. son por cuenta del comprador todos los costes y riesgos de pérdida o **daño** de la mercancía desde ese momento. Este incoterm exige al vendedor despachar la mercancía en aduana para la exportación.

FOB "FREE ON BOARD" (franco a bordo).

El vendedor tiene la obligación de cargar la mercancía a bordo del buque en el puerto de embarque especificado en el contrato de venta. El comprador selecciona el buque y paga el flete marítimo. La transferencia de riesgos y gastos se produce cuando la mercancía rebasa la borda del buque. El vendedor se encarga de los trámites para la exportación.

CFR "COST AND FREIGHT" (coste y flete).

El vendedor paga los gastos de transporte y otros necesarios para que la mercancía llegue al puerto convenido, si bien el riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transmite de vendedor a comprador una vez haya sido entregada esta a bordo del buque en el puerto de embarque y haya traspasado la borda del mismo. También exige que el vendedor despache la mercancía de exportación. El seguro es a cargo del comprador

CIF "COST, INSURANCE AND FREIGHT" (coste, seguro y flete).

El vendedor tiene las mismas obligaciones que bajo CFR, si bien, además, ha de contratar y pagar la prima del seguro marítimo de cobertura de la pérdida o daño de la mercancía durante el transporte, ocupándose además, del despacho de la mercancía en aduana para la exportación.

CPT "CARRIAGE PAID TO..." (transporte pagado hasta...)

El vendedor contrata y paga el flete de transporte de la mercancía hasta el lugar de destino convenido. El riesgo de pérdida o daño se transfiere del vendedor al comprador cuando la mercancía ha sido entregada a la custodia del primer transportista designado por el vendedor, caso de existir varios. el despacho en aduana de exportación lo realiza el vendedor.

CIP "CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO..." (transporte y seguros pagados hasta...)

Este término obliga al vendedor de igual forma que el CPT y además debe contratar el seguro y pagar la prima correspondiente, para cubrir la pérdida o daño de la mercancía durante el transporte, si bien, solo está obligado a contratar un seguro con cobertura mínima.

DAF "DELIVERED AT FRONTIER" (entregado en frontera).

El vendedor cumple su obligación, cuando, una vez despachada la mercancía en la aduana para la exportación la entrega en el punto y lugar convenidos de la frontera, antes de rebasar la aduana fronteriza del país colindante y sin **responsabilidad** de descargarla. Es de vital importancia que sea definido con precisión el "término" frontera.

DES "DELIVERED EX SHIP" (entregado sobre el buque).

La mercancía es puesta por el vendedor a disposición del comprador a bordo del búsque, en el puerto de destino convenido, sin llegar a despacharla en aduana para la **importación**. El vendedor asume los costes y riesgos de transportar la mercancía hasta el puerto de destino, pero no de la descarga. Solo se usa cuando el transporte es por mar.

DEQ "DELIVERED EX QUAY" (entregado en muelle)

El vendedor cumple su obligación de entrega cuando pone la mercancía a disposición del comprador sobre el muelle y una vez descargada, en el puerto de destino convenido. En este término es el comprador el obligado a realizar el despacho aduanero de la mercancía para la importación. Solo es usado en transporte marítimo.

DDU "DELIVERED DUTY UNPAID" (entregado sin pago de derechos)

El vendedor entrega la mercancía al comprador en el lugar convenido del país del comprador, no despachada para la aduana de importación y no descargada de los **medios** de transporte, a su llegada a dicho lugar. El término DDU puede utilizarse en cualquier medio de transporte.

El vendedor debe asumir todos los gastos y riesgos relacionados con llevar la mercancía hasta el lugar convenido. El comprador ha de pagar cualesquiera gastos adicionales y soportar los riesgos en caso de no poder despachar la mercancía en aduana para su importación a su debido tiempo

DDP "DELIVERED DUTY PAID" (entregado con pago de derechos)

En este término el vendedor realiza la entrega de la mercancía al comprador, despachada para la importación y no descargada de los medios de transporte a su llegada al lugar convenido del país de la importación. El vendedor asume todos los gastos y riesgos, incluidos derechos, impuestos y otras cargas por llevar la mercancía hasta aquel lugar, una vez despachada en aduana para la importación.

CONCLUSION

"Los INCOTERMS son el instrumento más importantes a la hora de realizar exportaciones e importaciones, ya que le permite a los comerciantes de diversos países entenderse los unos a los otros y de esta forma se facilita el comercio internacional" Br. Lenys Aguilera.

"Gracias a la creación de INCOTERMS, se mejoró y reforzó las practicas comerciales internacionales, para que de esta manera los comerciantes le fuera mas posible o factible el solucionar problemas relacionados con los contratos, mercancías, operaciones, en fin todo lo concerniente a la compraventa de mercancías; siendo un gran respaldo para las negociaciones de un país a otro" Br. Zaid Reyes.

Anexo #7

Barreras arancelarias y no arancelarias para la exportación de los productos agrícolas.

Tratado de Libre Comercio (México - Nicaragua)

Sección C

Aranceles aduaneros

Artículo 3-04: Desgravación arancelaria

1. Salvo que se disponga otra cosa en este Tratado, ninguna Parte podrá incrementar ningún arancel aduanero vigente, ni adoptar ningún arancel aduanero nuevo, sobre bienes originarios ¹, ²,
2. Salvo que se disponga otra cosa en este Tratado, cada Parte eliminará progresivamente sus aranceles aduaneros sobre bienes originarios conforme a lo establecido en el anexo a este artículo.
3. A petición de cualquiera de ellas, las Partes realizarán consultas para examinar la posibilidad de acelerar la eliminación de aranceles aduaneros prevista en el Programa de Desgravación Arancelaria. Una vez aprobado por las Partes, de conformidad con sus procedimientos legales aplicables, el acuerdo sobre la eliminación acelerada del arancel aduanero sobre un bien que se logre entre las Partes, prevalecerá sobre cualquier arancel aduanero o periodo de desgravación señalado de conformidad con el Programa de Desgravación Arancelaria para ese bien.
4. Salvo que se disponga otra cosa, este Tratado incorpora las preferencias arancelarias negociadas con anterioridad entre las Partes, conforme al Primer Protocolo Modificadorio del Acuerdo de Alcance Parcial suscrito entre México y Nicaragua, en la forma como se refleja en el Programa de Desgravación Arancelaria. A partir de la entrada en vigor de este Tratado quedan sin efecto las preferencias negociadas u otorgadas entre las Partes con anterioridad en el marco del Primer Protocolo Modificadorio del Acuerdo de Alcance Parcial suscrito entre México y Nicaragua.
5. Cada Parte podrá adoptar o mantener medidas sobre las importaciones con el fin de asignar la cuota de importaciones realizadas al amparo de los volúmenes establecidos mediante aranceles (arancel-cuota) de acuerdo con el Programa de Desgravación Arancelaria, siempre y cuando esas medidas no tengan efectos comerciales restrictivos sobre las importaciones, adicionales a los derivados de la imposición del arancel cuota.
6. A petición escrita de cualquier Parte, la Parte que aplique o se proponga aplicar medidas sobre las importaciones de acuerdo con el párrafo 5 realizará consultas para revisar la administración de esas medidas.

Artículo 3-05: Restricciones a la devolución de aranceles aduaneros sobre bienes exportados y a los programas de diferimiento de aranceles aduaneros¹. Para efectos de este artículo, se entenderá por:

Aranceles aduaneros: los aranceles aduaneros que serían aplicables a un bien que se importe para ser consumido en territorio aduanero de una Parte si el bien no fuese exportado a territorio de otra Parte;

Bienes fungibles: "bienes fungibles" como se define en el capítulo VI (Reglas de Origen);

Bienes idénticos o similares: bienes que sean iguales en todo, incluidas sus características físicas, calidad y prestigio comercial, así como bienes que, aunque no sean iguales en todo, tienen características y composición semejantes, lo que les permite cumplir las mismas funciones y ser comercialmente intercambiables; y

Material: "material" como se define en el capítulo VI (Reglas de Origen).

2. Ninguna Parte podrá reembolsar el monto de aranceles aduaneros pagados ni eximir o reducir el monto de aranceles aduaneros adeudados, en relación con un bien importado a su territorio en un monto que exceda el total de aranceles aduaneros pagados o adeudados sobre aquella cantidad de ese bien importado, con el debido descuento por el desperdicio, que sea:

a. utilizado como material en la producción de otro bien posteriormente exportado a territorio de la otra Parte; o

b. sustituido por un bien idéntico o similar utilizado como material en la producción de otro bien posteriormente exportado a territorio de la otra Parte.

3. Ninguna Parte, con la condición de exportar, podrá reembolsar, eximir ni reducir:

a. las cuotas compensatorias que se apliquen de acuerdo con la legislación de cada Parte;

b. las primas que se ofrezcan o recauden sobre bienes importados, derivadas de cualquier sistema de licitación relativo a la aplicación de restricciones cuantitativas a la importación, de aranceles-cuota, o de cupos de preferencia arancelaria; o

c. los aranceles aduaneros, pagados o adeudados, respecto de un bien importado a su territorio y sustituido por un bien idéntico o similar que sea posteriormente exportado a territorio de la otra Parte.

4. Salvo que se disponga otra cosa en este artículo, a partir del 1 de julio de 2005 y en las circunstancias indicadas en el párrafo 6, ninguna Parte podrá

reembolsar el monto de aranceles aduaneros pagados, ni eximir o reducir el monto de aranceles aduaneros adeudados, en relación con un bien importado a su territorio, a condición de que el bien sea:

a. utilizado como material en la producción de un bien originario posteriormente exportado a territorio de la otra Parte; o

b. sustituido por un bien idéntico o similar utilizado como material en la producción de un bien originario posteriormente exportado a territorio de la otra Parte.

5. Programa de diferimiento de aranceles aduaneros y se cumpla alguna de las condiciones señaladas en los literales a) y b) del párrafo 4, la Parte de cuyo territorio se exportó el bien:

a. determinará el monto de los aranceles aduaneros como si el bien exportado se hubiera destinado al consumo interno; y

b. en un plazo de 60 días a partir de la fecha de la exportación, cobrará el monto de los aranceles aduaneros como si el bien exportado se hubiera destinado al consumo interno.

6. Los párrafos 4 y 5 se aplican:

a. a partir del momento en que Nicaragua aplique a un país no Parte disposiciones similares a las contenidas en esos párrafos; o

b. a un bien importado a territorio de una de las Partes que cumpla con las condiciones de los literales a) y b) del párrafo 4. En este caso se suspenderá la devolución de aranceles aduaneros durante tres años, cuando se demuestre que el reembolso, exención, o reducción de aranceles aduaneros simultáneamente:

i) crea una distorsión significativa del trato arancelario aplicado por la Parte que otorga el reembolso, exención o reducción de aranceles en favor de la exportación de bienes de territorio de esa Parte; y

ii) causa daño a la producción nacional de bienes idénticos o similares, o competidores directos de la otra Parte.

7. Para efectos del párrafo 6, existe una distorsión significativa del trato arancelario aplicado por la Parte que otorga el reembolso, exención o reducción de aranceles aduaneros en favor de la exportación de bienes de territorio de esa Parte, cuando:

a. el monto de aranceles aduaneros reembolsados, eximidos o reducidos sobre bienes importados a territorio de esa Parte, que cumplan con las condiciones señaladas en los literales a) y b) del párrafo 4 y para los cuales exista producción en el territorio de las Partes, exceda 5% del valor total de las

importaciones en un año de bienes originarios clasificados en una fracción arancelaria de la Parte a cuyo territorio se exportan esos bienes originarios; o

b. una Parte reembolse, exima, o reduzca aranceles aduaneros sobre bienes o materiales provenientes de territorio de países no Parte, sobre cuya importación mantiene restricciones cuantitativas y esos bienes o materiales sean posteriormente exportados a la otra Parte, usados en la producción de bienes posteriormente exportados a la otra Parte, o sustituidos por materiales idénticos o similares usados en la producción de bienes posteriormente exportados a la otra Parte.

8. Para efectos del párrafo 6, para la determinación de daño:

a. se entiende por daño un menoscabo significativo de la producción nacional;
y

b. se entiende por producción nacional al productor o productores de bienes idénticos o similares, o competidores directos que operen dentro del territorio de una Parte y que constituyan una proporción significativa superior al 35% de la producción nacional total de esos bienes.

9. Los párrafos 3, 4 y 5 no se aplican a:

a. un bien que se importe bajo fianza o garantía para ser transportado y exportado a territorio de la otra Parte;

b. un bien que se exporte a territorio de la otra Parte en la misma condición en que se haya importado a territorio de la Parte de la cual se exporta. No se considerarán como cambios en la condición de un bien procesos tales como pruebas, limpieza, reempaquetado, inspección o preservación del bien en su misma condición. Cuando un bien haya sido mezclado con bienes fungibles y exportado en la misma condición, su origen, para efectos de este párrafo, podrá determinarse sobre la base de los métodos de inventario establecidos en el capítulo VI (Reglas de Origen);

c. un bien importado a territorio de una Parte, que posteriormente se considere exportado de su territorio o se utilice como material en la producción de otro bien que posteriormente se considere exportado a territorio de la otra Parte, o se sustituya por un bien idéntico o similar utilizado como material en la producción de otro bien que posteriormente se considere exportado a territorio de la otra Parte, por motivo de:

i) su envío a una tienda libre de aranceles aduaneros; o

ii) su envío a tiendas a bordo de embarcaciones o como suministros para embarcaciones o aeronaves;

d. el reembolso que haga una Parte de los aranceles aduaneros pagados sobre un bien específico importado a su territorio y que posteriormente se exporte a territorio de la otra Parte, cuando ese reembolso se otorgue en virtud de que el

bien no corresponde a las muestras o a las especificaciones del bien objeto, o por motivo del embarque de ese bien sin el consentimiento del consignatario; ni

e. un bien originario importado a territorio de una Parte que posteriormente se exporte a territorio de la otra Parte, o se utilice como material en la producción de otro bien posteriormente exportado a territorio de la otra Parte, o se sustituya por un bien idéntico o similar utilizado como material en la producción de otro bien posteriormente exportado a territorio de la otra Parte.

10. La Parte que reembolse, exima o reduzca aranceles aduaneros proporcionará, a petición de la otra Parte, la información que requiera para verificar la existencia de las condiciones establecidas en el párrafo 6, incluyendo la información estadística referente a las importaciones sobre las cuales otorgue reembolsos, exenciones o reducciones de aranceles aduaneros en relación con un bien exportado a territorio de otra Parte.

11. Como condición para excluir del cálculo del porcentaje referido en el literal a) del párrafo 9, los reembolsos, exenciones o reducciones de aranceles aduaneros otorgados sobre un bien que cumpla con las condiciones de los literales a) y b) del párrafo 4, la Parte que reembolse, exima o reduzca esos aranceles aduaneros demostrará que no existe producción en la zona de libre comercio de un bien idéntico o similar a ese bien.

12. Para efectos de lo dispuesto en el párrafo 11, a petición de la Parte que reembolse, exima o reduzca aranceles aduaneros sobre un bien, la otra Parte proporcionará, en la medida de lo posible, la información pertinente y disponible sobre ese bien.

13. Cada Parte establecerá procedimientos claros y estrictos para la aplicación de los párrafos 4 y 5, de conformidad con lo siguiente:

a. la Parte que decida iniciar una investigación para aplicar los párrafos 4 y 5 publicará el inicio de ésta en los órganos oficiales de difusión correspondientes y lo notificará por escrito a la Parte exportadora al día siguiente de la publicación;

b. para efectos de la determinación de una distorsión significativa y un daño conforme los numerales i) y ii) del literal b) del párrafo 6, las autoridades competentes evaluarán todos los factores de carácter objetivo y cuantificable;

c. para determinar la aplicación de los párrafos 4 y 5, también se demostrará una relación de causalidad directa entre el reembolso, exención o reducción, y la distorsión y el daño a la producción nacional de bienes idénticos o similares, o competidores directos;

d. si como resultado de esta investigación la autoridad competente determina, sobre la base de pruebas objetivas, que se cumplen los supuestos previstos en este artículo, la Parte importadora podrá iniciar consultas con la otra Parte;

e. el procedimiento de consultas no obligará a las Partes a revelar la información que haya sido proporcionada con carácter confidencial, cuya divulgación pueda impedir el cumplimiento de las leyes de la Parte que regulen la materia o lesionen intereses comerciales;

f. el periodo de consultas previas se iniciará a partir del día siguiente de la recepción por la Parte exportadora de la notificación de solicitud de inicio de consultas. El periodo de consultas previas será de 45 días, salvo que las Partes convengan en un plazo menor;

g. la notificación a la que se refiere el literal f) se realizará a través de la autoridad competente y contendrá los antecedentes suficientes que fundamenten la aplicación de los párrafos 4 y 5, incluyendo:

i) los nombres y domicilios de los productores nacionales de bienes idénticos o similares, o competidores directos representativos de la producción nacional, su participación en la producción nacional de ese bien y las razones que los lleven a afirmar que son representativos de ese sector;

ii) una descripción clara y completa del bien sujeto al procedimiento, la subpartida arancelaria en la cual se clasifica y el trato arancelario vigente, así como la descripción del bien idéntico o similar, o competidor directo;

iii) los datos sobre importación correspondientes a cada uno de los tres años calendario más recientes que constituyan el fundamento de que ese bien se importa en cantidades cada vez mayores, ya sea en términos absolutos o relativos a la producción nacional;

iv) los datos sobre la producción nacional total del bien idéntico o similar, o competidor directo correspondientes a los últimos tres años más recientes; y

v) los datos que demuestren el daño causado por las importaciones del bien en cuestión, de conformidad con los literales b) y c);

h. la aplicación de los párrafos 4 y 5 sólo podrá adoptarse una vez concluido el periodo de consultas previas;

i. durante el periodo de consultas la Parte exportadora hará todas las observaciones que considere pertinentes; y

j. la Parte exportadora aplicará los párrafos 4 y 5 a la conclusión del periodo de consultas previsto en el literal f) si se comprueba la existencia de cualquier supuesto establecido en el párrafo 6.

14. Las Partes realizarán consultas anuales acerca de la aplicación de este artículo.

Artículo 3-06: Importación temporal de bienes

1. Cada Parte autorizará la importación temporal sin el pago de arancel aduanero a:

- a. equipo profesional necesario para el ejercicio de la actividad, oficio o profesión de una persona de negocios;
- b. equipo de prensa o para la transmisión al aire de señales de radio o de televisión y equipo cinematográfico;
- c. bienes para propósitos deportivos o destinados a exhibición o demostración, incluyendo componentes, aparatos auxiliares y accesorios; y
- d. muestras comerciales y películas publicitarias, que se importen de territorio de la otra Parte, independientemente de su origen y de que en territorio de la Parte se encuentren disponibles bienes similares, competidores directos o sustitutos.

2. Salvo que se disponga otra cosa en este Tratado, las Partes podrán sujetar la importación temporal sin el pago de arancel aduanero, de un bien del tipo señalado en los literales a), b) o c) del párrafo 1 a cualquiera de las siguientes condiciones, sin que puedan adoptarse condiciones adicionales:

- a. que el bien se importe por un nacional o residente de la otra Parte;
- b. que el bien se utilice exclusivamente por la persona visitante, o bajo su supervisión personal, en el desempeño de su actividad, oficio o profesión;
- c. que el bien no sea objeto de venta, arrendamiento o cesión en cualquier otra forma mientras permanezca en su territorio bajo el régimen de importación temporal;
- d. que el bien vaya acompañado de una fianza o garantía que no exceda 110% de los cargos que se adeudarían, en su caso, por la entrada o importación definitiva, o de otra forma de garantía, reembolsable al momento de la exportación del bien, excepto que no se podrá exigir fianza o garantía por los aranceles aduaneros sobre un bien originario;
- e. que el bien sea susceptible de identificación por cualquier medio razonable que establezca la autoridad aduanera;
- f. que el bien se exporte a la salida de esa persona dentro del plazo que corresponda al propósito de la importación temporal;
- g. que el bien se importe en cantidades no mayores de lo razonable de acuerdo con el uso que se le pretende dar;
- h. que el bien no sufra transformación o modificación alguna durante el plazo de importación autorizado, salvo el desgaste por el uso normal del bien; e

i. que el bien cumpla con las medidas sanitarias y fitosanitarias adoptadas de conformidad con el capítulo V (Medidas Sanitarias y Fitosanitarias) y con las medidas relativas a la normalización aplicables adoptadas de conformidad con el capítulo XIV (Medidas Relativas a la Normalización).

3. Salvo que se disponga otra cosa en este Tratado, las Partes podrán sujetar la importación temporal sin el pago de arancel aduanero, de un bien del tipo señalado en el literal d) del párrafo 1, a cualquiera de las siguientes condiciones, sin que puedan adoptarse condiciones adicionales:

a. que el bien se importe sólo para efectos de levantamiento de pedidos de bienes o servicios que se suministren desde territorio de la otra Parte o desde otro país que no sea Parte;

b. que el bien no sea objeto de venta, arrendamiento o cesión en cualquier otra forma, y se utilice sólo para demostración o exhibición mientras permanezca en su territorio;

c. que el bien vaya acompañado de una fianza o garantía que no exceda 110% de los cargos que se adeudarían, en su caso, por la entrada o importación definitiva, o de otra forma de garantía, reembolsable al momento de la exportación del bien, excepto que no se podrá exigir fianza o garantía por los aranceles aduaneros sobre un bien originario;

d. que el bien sea susceptible de identificación por cualquier medio razonable que establezca la autoridad aduanera;

e. que el bien se exporte dentro de un plazo que corresponda razonablemente al propósito de la importación temporal;

f. que el bien se importe en cantidades no mayores a lo razonable de acuerdo con el uso que se pretenda darle;

g. que el bien no sufra transformación o modificación alguna durante el plazo de importación autorizado, salvo el desgaste por el uso normal del bien; y

h. que el bien cumpla con las medidas sanitarias y fitosanitarias adoptadas de conformidad con el capítulo V (Medidas Sanitarias y Fitosanitarias) y con las medidas relativas a la normalización aplicables adoptadas de conformidad con el capítulo XIV (Medidas Relativas a la Normalización).

4. Cuando un bien que se importe temporalmente no cumpla con cualquiera de las condiciones que una Parte imponga conforme a los párrafos 2 y 3, esa Parte podrá aplicar los aranceles aduaneros y cualquier otro cargo que se adeudaría por la entrada o la importación definitiva del mismo.

Artículo 3-07: Importación libre de arancel aduanero para muestras sin valor comercial

Cada Parte autorizará la importación libre de arancel aduanero a las muestras sin valor comercial provenientes del territorio de la otra Parte.

Artículo 3-08: Exención de aranceles aduaneros

1. Ninguna Parte podrá adoptar una nueva medida de exención de aranceles aduaneros cuando la exención se condicione, de manera explícita o implícita, al cumplimiento de un requisito de desempeño.

2. A partir del 1 de julio de 2007, ninguna de las Partes podrá condicionar, de manera explícita o implícita, la vigencia de cualquier exención de aranceles aduaneros en vigor al cumplimiento de un requisito de desempeño.

3. Si una Parte puede demostrar que una exención o una combinación de exenciones de aranceles aduaneros que la otra Parte haya otorgado a bienes destinados a uso comercial por una persona designada, tiene un efecto desfavorable sobre:

a. su economía;

b. los intereses comerciales de una persona de esa Parte; o

c. los intereses comerciales de una empresa que sea propiedad o esté bajo el control de una persona de esa Parte, cuyas instalaciones productivas estén ubicadas en territorio de la Parte que otorga la exención, la Parte que otorga la exención dejará de hacerlo o la pondrá a disposición de cualquier importador.

Sección D Medidas no arancelarias

Artículo 3-09: Restricciones a la importación y a la exportación

1. Salvo que se disponga otra cosa en este Tratado, ninguna de las Partes podrá adoptar o mantener ninguna prohibición ni restricción a la importación de cualquier bien de la otra Parte o a la exportación o venta para la exportación de cualquier bien destinado a territorio de la otra Parte, excepto lo previsto en el artículo XI del GATT de 1994, incluidas sus notas interpretativas. Para tal efecto, el artículo XI del GATT de 1994 y sus notas interpretativas se incorporan a este Tratado y son parte integrante del mismo.

2. Las Partes entienden que, en toda circunstancia en que esté prohibido cualquier otro tipo de restricción, los derechos y obligaciones del GATT de 1994 incorporados en el párrafo 1 prohíben los requisitos de precios de exportación e importación, salvo lo permitido para la aplicación de sanciones y compromisos en materia de cuotas compensatorias.

3. En los casos en que una Parte adopte o mantenga una prohibición o restricción a la importación o exportación de bienes de o hacia un país que no sea Parte, ninguna disposición del presente Tratado se interpretará en el sentido de impedirle:

a. limitar o prohibir la importación de los bienes del país que no sea Parte, desde territorio de la otra Parte; o

b. exigir como condición para la exportación de esos bienes de la Parte a territorio de la otra Parte, que los mismos no sean reexportados al país que no sea Parte, directa o indirectamente, sin ser consumidos en territorio de la otra Parte.

4. En caso de que una Parte adopte o mantenga una prohibición o restricción a la importación de un bien de un país que no sea Parte, a petición de cualquiera de ellas, las Partes consultarán con el objeto de evitar la interferencia o la distorsión indebida en los mecanismos de precios, comercialización y distribución en la otra Parte.

5. Los párrafos 1 a 4 no se aplican a las medidas establecidas en el anexo a los artículos 3-03 y 3-09.

Artículo 3-10: Impuestos a la exportación

1. Salvo lo dispuesto en este artículo, ninguna Parte adoptará ni mantendrá impuesto, arancel o cargo alguno sobre la exportación de ningún bien a territorio de la otra Parte, a menos que éstos se adopten o mantengan sobre dicho bien cuando esté destinado al consumo interno.

2. Cada Parte podrá mantener o adoptar un impuesto, gravamen u otro cargo sobre la exportación de los bienes alimenticios básicos listados en el párrafo 3, sobre sus ingredientes, o sobre los bienes de los cuales dichos productos alimenticios se derivan, si dicho impuesto, gravamen o cargo es utilizado:

a. para que los beneficios de un programa interno de asistencia alimentaria que incluya dichos alimentos sean recibidos sólo por los consumidores nacionales;

b. para asegurar la disponibilidad de cantidades suficientes del bien alimenticio básico para los consumidores nacionales, o de cantidades suficientes de sus ingredientes o de los bienes de que dichos bienes alimenticios básicos se derivan para una industria procesadora nacional, cuando el precio interno de dicho bien alimenticio básico sea mantenido por debajo del precio mundial como parte de un programa gubernamental de estabilización, siempre que tales impuestos, gravámenes o cargos:

i) no tengan el efecto de aumentar la protección otorgada a dicha industria nacional; y ii) se sostengan sólo por el periodo necesario para mantener la integridad del plan de estabilización.

3. Para los efectos del párrafo 2, se entenderá por bienes alimenticios básicos:

Aceite vegetal
Arroz
Atún en lata
Azúcar blanca
Azúcar morena
Bistec o pulpa de res
Café soluble
Café tostado
Carne de pollo
Carne molida de res
Cerveza
Chile envasado
Chocolate en polvo
Concentrado de pollo
Filete de pescado
Frijol
Galletas dulces
populares
Galletas saladas
Gelatinas
Harina de maíz
Harina de trigo
Hígado de res
Hojuelas de avena
Huevo
Jamón cocido
Leche
condensada
Leche en polvo
Leche en polvo para
niños
Leche evaporada
Leche pasteurizada
Maíz
Manteca vegetal
Margarina
Masa de maíz
Pan blanco
Pan de caja
Pasta para sopa
Puré de tomate
Queso
Refrescos
embotellados
Retazo con hueso
Sal
Sardina en lata
Tortilla de maíz

4. No obstante lo dispuesto en el párrafo 1, cada una de las Partes podrá adoptar o mantener un impuesto, gravamen o cargo a la exportación de cualquier bien alimenticio a territorio de la otra Parte si dicho impuesto, gravamen o cargo se aplica temporalmente para aliviar un desabasto crítico de ese bien alimenticio. Para efectos de este párrafo, temporalmente significa hasta un año, o un periodo más largo acordado por las Partes.

Artículo 3-11: Derechos de trámite aduanero

Ninguna Parte incrementará ni establecerá derecho aduanero alguno por concepto del servicio prestado por la aduana, sobre bienes originarios, y eliminarán tales derechos sobre bienes originarios el 1 de julio de 2005.

Artículo 3-12: Mercado de país de origen

El anexo a este artículo se aplica a las medidas relacionadas con el mercado de país de origen.

Artículo 3-13: Productos distintivos

El anexo a este artículo se aplica a los productos indicados en el mismo.

Barreras arancelarias y no arancelarias para la exportación de los productos agrícolas.

Tratado de Libre Comercio (DR-CAFTA)

Capítulo Tres

Trato Nacional y Acceso de Mercancías al Mercado

Artículo 3.1: Ámbito de Aplicación

Salvo disposición en contrario, este Capítulo se aplica al comercio de mercancías de una Parte.

Sección A: Trato Nacional

Artículo 3.2: Trato Nacional

1. Cada Parte otorgará trato nacional a las mercancías de otra Parte, de conformidad con el Artículo III del GATT de 1994, incluidas sus notas interpretativas, y para ese fin el Artículo III del GATT de 1994 y sus notas interpretativas se incorporan a este Tratado y son parte integrante del mismo, *mutatis mutandis*.

2. Las disposiciones del párrafo 1 sobre trato nacional significarán, con respecto a un gobierno de nivel regional, un trato no menos favorable que el trato más favorable que ese gobierno de nivel regional conceda a cualquiera de las mercancías similares, directamente competidoras o sustituibles, según sea el caso, de la Parte de la cual forma parte.

3. Los párrafos 1 y 2 no aplicarán a las medidas indicadas en el Anexo 3.2.

Sección B: Desgravación Arancelaria

Artículo 3.3: Desgravación Arancelaria

1. Salvo disposición en contrario en este Tratado, ninguna Parte podrá incrementar ningún arancel aduanero existente, o adoptar ningún arancel aduanero nuevo, sobre una mercancía originaria.

2. Salvo disposición en contrario en este Tratado, cada Parte eliminará progresivamente sus aranceles aduaneros sobre las mercancías originarias, de conformidad con el Anexo 3.3.1

3. Para mayor certeza, el párrafo 2 no impedirá a una Parte centroamericana otorgar un tratamiento arancelario idéntico o más favorable a una mercancía según lo dispuesto en los instrumentos jurídicos de integración centroamericana, en la medida que la mercancía cumpla con las reglas de origen contenidas en esos instrumentos.

4. A solicitud de cualquier Parte, las Partes realizarán consultas para examinar la posibilidad de acelerar la eliminación de aranceles aduaneros establecida en sus Listas al Anexo 3.3. No 1 Para mayor certeza, salvo disposición en contrario en este Tratado, cada Parte centroamericana y la República

Dominicana deberán disponer que cualquier mercancía originaria tenga el derecho de obtener el trato arancelario para la mercancía establecido en su Lista al Anexo 3.3, sin importar que la mercancía sea importada a sus territorios desde el territorio de los Estados Unidos o de cualquier otra Parte. Una mercancía originaria podrá incluir una mercancía producida en una Parte centroamericana o en la República Dominicana con materiales de los Estados Unidos.

3-2 obstante el Artículo 19.1.3 (b) (La Comisión de Libre Comercio), un acuerdo entre dos o más Partes para acelerar la eliminación del arancel aduanero de una mercancía prevalecerá sobre cualquier arancel aduanero o período de desgravación definido en sus Listas al Anexo 3.3 para tal mercancía, cuando sea aprobado por cada una de las Partes de conformidad con sus procedimientos legales aplicables. Luego de concluido un acuerdo entre dos o más Partes bajo este párrafo, éstas notificarán a las otras Partes los términos de ese acuerdo, prontamente.

5. Para mayor certeza, una Parte podrá:

(a) Incrementar un arancel aduanero al nivel establecido en su Lista al Anexo 3.3, tras una reducción unilateral; o (b) mantener o aumentar un arancel aduanero cuando sea autorizado por el Órgano de Solución de Controversias de la OMC.

6. El Anexo 3.3.6 aplica a las Partes especificadas en ese Anexo.

Sección C: Regímenes Especiales

Artículo 3.4: Exención de Aranceles Aduaneros

1. Ninguna Parte adoptará una nueva exención de aranceles aduaneros, o ampliará la aplicación de una exención de aranceles aduaneros existentes respecto de los beneficiarios actuales, o la extenderá a nuevos beneficiarios, cuando la exención esté condicionada, explícita o implícitamente, al cumplimiento de un requisito de desempeño.

2. Ninguna Parte condicionará, explícita o implícitamente, la continuación de cualquier exención de aranceles aduaneros existentes al cumplimiento de un requisito de desempeño.

3. Costa Rica, la República Dominicana, El Salvador y Guatemala podrán mantener cada uno medidas existentes que sean inconsistentes con los párrafos 1 y 2, a condición que mantengan dichas medidas de conformidad con el Artículo 27.4 del Acuerdo SMC. Costa Rica, la República Dominicana, El Salvador y Guatemala no podrán mantener cualquiera de esas medidas después del 31 de diciembre del 2009.

4. Nicaragua y Honduras podrán mantener cada uno medidas inconsistentes con los párrafos 1 y 2 durante el período en que sean países del Anexo VII para propósitos del Acuerdo SMC. En lo sucesivo, Nicaragua y Honduras mantendrán cualquiera de esas medidas de conformidad con el Artículo 27.4 del Acuerdo SMC.

Artículo 3.5: Admisión Temporal de Mercancías

1. Cada Parte autorizará la admisión temporal libre de aranceles aduaneros para las siguientes mercancías, independientemente de su origen:

(a) equipo profesional, incluido equipo de prensa y televisión, programas de computación y equipo de radiodifusión y cinematografía, necesario para el ejercicio de la actividad de negocios, oficio o profesión de la persona de negocios que califica para entrada temporal de acuerdo con la legislación de la Parte importadora; 3-3

(b) mercancías destinadas a exhibición o demostración;

(c) muestras comerciales, películas y grabaciones publicitarias; y

(d) mercancías admitidas para propósitos deportivos.

2. Cada Parte, previa solicitud de la persona interesada y por motivos que su autoridad aduanera considere válidos, prorrogará el plazo para la admisión temporal más allá del período fijado inicialmente.

3. Ninguna Parte condicionará la admisión temporal libre de aranceles aduaneros a una mercancía señalada en el párrafo 1, a condiciones distintas a que la mercancía:

(a) sea utilizada únicamente por o bajo la supervisión personal de un nacional o residente de otra Parte en el ejercicio de la actividad de negocios, oficio, profesional o deportiva de esa persona;

(b) no sea objeto de venta o arrendamiento mientras permanezca en su territorio;

(c) vaya acompañada de una fianza en un monto que no exceda los cargos que se adeudarían en su caso por la entrada o importación definitiva, reembolsables al momento de la salida de la mercancía;

(d) sea susceptible de identificación al exportarse;

(e) sea exportada a la salida de la persona referida en el subpárrafo (a), o en un plazo que corresponda al propósito de la admisión temporal, que la Parte pueda establecer, o dentro de un año, a menos que sea extendido;

(f) sea admitida en cantidades no mayores a lo razonable de acuerdo con el uso que se le pretende dar; y

(g) sea admisible de otro modo en el territorio de la Parte conforme a su legislación.

4. Si no se ha cumplido cualquiera de las condiciones impuestas por una Parte en virtud del párrafo 3, la Parte podrá aplicar el arancel aduanero y cualquier otro cargo que se adeudaría normalmente por la mercancía más cualquier otro cargo o sanción establecido conforme a su legislación.

5. Cada Parte, por medio de su autoridad aduanera, adoptará procedimientos que faciliten el despacho expedito de las mercancías admitidas conforme a este artículo. En la medida de lo posible, cuando esa mercancía acompañe a un nacional o un residente de otra Parte que está solicitando la entrada temporal, esos procedimientos permitirán que la mercancía sea despachada Simultáneamente con la entrada de ese nacional o residente.

6. Cada Parte permitirá que una mercancía admitida temporalmente bajo este Artículo sea exportada por un puerto aduanero distinto al puerto por el que fue admitido.

7. Cada Parte dispondrá que su autoridad aduanera u otra autoridad competente eximirá al importador u otra persona responsable de una mercancía admitida de conformidad con este Artículo, de cualquier responsabilidad por la imposibilidad de exportar la mercancía al presentar pruebas satisfactorias a la autoridad aduanera de la Parte importadora de que la mercancía ha sido destruida dentro del plazo original fijado para la admisión temporal o cualquier prórroga lícita.

8. Sujeto a los Capítulos Diez (Inversión) y Once (Comercio Transfronterizo de Servicios):

(a) cada Parte permitirá que un vehículo o contenedor utilizado en transporte internacional que haya entrado en su territorio proveniente de otra Parte, salga de su territorio por cualquier ruta que tenga relación razonable con la partida pronta y económica de tal vehículo o contenedor;

(b) ninguna Parte exigirá fianza ni impondrá ninguna sanción o cargo solamente en razón de que el puerto de entrada del vehículo o contenedor sea diferente al de salida;

(c) ninguna Parte condicionará la liberación de ninguna obligación, incluida cualquier fianza, que haya aplicado a la entrada de un vehículo o contenedor a su territorio, a que su salida se efectúe por un puerto en particular; y

(d) ninguna Parte exigirá que el vehículo o el transportista que traiga a su territorio un contenedor desde el territorio de otra Parte, sea el mismo vehículo o transportista que lo lleve al territorio de otra Parte.

9. Para efectos del párrafo 8, **vehículo** significa un camión, tracto-camión, tractor, remolque o unidad de remolque, locomotora o vagón u otro equipo ferroviario.

Artículo 3.6: Mercancías Reimportadas después de Reparación o Alteración

1. Ninguna Parte aplicará un arancel aduanero a una mercancía, independientemente de su origen, que haya sido reingresada a su territorio, después de haber sido temporalmente exportada desde su territorio al territorio de otra Parte para ser reparada o alterada, sin importar si dichas reparaciones o alteraciones pudieron efectuarse en el territorio de la Parte desde la cual la mercancía fue exportada para reparación o alteración.

2. Ninguna Parte aplicará un arancel aduanero a una mercancía que, independientemente de su origen, sea admitida temporalmente desde el territorio de otra Parte, para ser reparada o alterada.

3. Para efectos de este Artículo, **reparación o alteración** no incluye una operación o proceso que:

(a) destruya las características esenciales de una mercancía o cree una mercancía nueva o comercialmente diferente; o

(b) transforme una mercancía no terminada en una mercancía terminada.

Artículo 3.7: Importación Libre de Aranceles para Muestras Comerciales de Valor

Insignificante y Materiales de Publicidad Impresos

Cada Parte autorizará la importación libre de arancel aduanero a muestras comerciales de valor insignificante y a materiales de publicidad impresos importados del territorio de otra Parte, independientemente de su origen, pero podrá requerir que: 3-5

(a) tales muestras se importen sólo para efectos de solicitar pedidos de mercancías o servicios desde el territorio de otra Parte, o de otro país que no sea Parte; o (b) tales materiales de publicidad sean importados en paquetes que no contengan, cada uno más de un ejemplar impreso y que ni los materiales ni los paquetes formen parte de una remesa mayor.

Sección D: Medidas no Arancelarias

Artículo 3.8: Restricciones a la Importación y a la Exportación

1. Salvo disposición en contrario en este Tratado, ninguna Parte adoptará o mantendrá alguna prohibición o restricción a la importación de cualquier mercancía de otra Parte o a la exportación o venta para exportación de cualquier mercancía destinada al territorio de otra Parte, excepto lo previsto en el Artículo XI del GATT 1994 y sus notas interpretativas, y para tal efecto, el Artículo XI del GATT 1994 y sus notas interpretativas se incorporan en este Tratado y son parte integrante del mismo, *mutatis mutandis*.²

2. Las Partes entienden que los derechos y obligaciones del GATT 1994 incorporados en el párrafo 1 prohíben, en cualquier circunstancia en que esté prohibido cualquier otro tipo de restricción, que una Parte adopte o mantenga:

(a) requisitos de precios de exportación e importación, salvo lo permitido para la ejecución de las disposiciones y compromisos en materia de derechos antidumping y compensatorios; (b) concesión de licencias de importación condicionadas al cumplimiento de un requisito de desempeño; excepto lo dispuesto en la Lista de una Parte al Anexo 3.3; o (c) restricciones voluntarias a la exportación incompatibles con el Artículo VI del GATT de 1994, según se apliquen conforme al Artículo 18 del Acuerdo SMC y el Artículo 8.1 del Acuerdo AA.

3. En el caso que una Parte adopte o mantenga una prohibición o restricción a la importación o exportación de una mercancía desde o hacia un país no Parte, ninguna disposición de este Tratado se interpretará en el sentido de impedir a la Parte que: (a) limite o prohíba la importación del territorio de otra Parte de esa mercancía del país que no sea Parte, o (b) requiera como condición para la exportación de esa mercancía de la Parte al territorio de otra Parte, que la mercancía no sea reexportada al país no Parte, directa o indirectamente, sin ser consumida en el territorio de la otra Parte.

4. En caso que una Parte adopte o mantenga una prohibición o restricción a la importación de una mercancía de un país que no sea Parte, las Partes consultarán, a solicitud de cualquiera de 2 Para mayor certeza, este párrafo se aplica, *inter alia*, a las prohibiciones o restricciones a la importación sobre las mercancías remanufacturadas. 3-6 ellas, con el objeto de evitar una interferencia indebida o distorsión en los mecanismos de precios, comercialización o arreglos de distribución en otra Parte.

5. Los párrafos 1 al 4 no se aplicarán a las medidas establecidas en el Anexo 3.2.

6. Ninguna Parte centroamericana ni la República Dominicana requerirán, como condición de compromiso de importación o para la importación de una mercancía, que una persona de otra Parte establezca o mantenga una relación contractual u otro tipo de relación con un distribuidor en su territorio.

7. Ninguna Parte centroamericana ni la República Dominicana remediarán una violación o supuesta violación de cualquier ley, reglamento u otra medida regulatoria o referente a la relación entre cualquier distribuidor en su territorio y cualquier persona de otra Parte, mediante la prohibición o restricción a la importación de cualquier mercancía de otra Parte.

8. Para efectos de este Artículo: **distribuidor** significa una persona de una Parte que es responsable por la distribución, agencia, concesión o representación en el territorio de esa Parte, de mercancías de otra Parte; y **remediar** significa obtener compensación o imponer una sanción, incluyendo mediante una medida provisional, precautoria o permanente.

Artículo 3.9: Licencias de Importación

1. Ninguna Parte mantendrá o adoptará una medida que sea incompatible con el Acuerdo sobre Licencias de Importación.

2. Luego de la entrada en vigor de este Tratado, cada Parte notificará, prontamente, a las otras Partes cualquier procedimiento de licencias de importación existente y, posteriormente, notificará a las otras Partes cualquier nuevo procedimiento de licencias de importación y cualquier modificación a sus procedimientos de licencias de importación existentes dentro de los 60 días anteriores a su vigencia. Una notificación establecida bajo este Artículo:

(a) incluirá la información establecida en el Artículo 5 del Acuerdo sobre Licencias de Importación; y

(b) no prejuzgará sobre si el procedimiento de licencias de importación es compatible con este Tratado.

3. Ninguna Parte aplicará un procedimiento de licencias de importación a una mercancía de otra Parte sin haber proporcionado una notificación de conformidad con el párrafo 2.

Artículo 3.10: Cargas y Formalidades Administrativas

1. Cada Parte garantizará, de conformidad con el Artículo VIII.1 del GATT 1994 y sus notas interpretativas, que todas las tasas y cargos de cualquier naturaleza (distintos de los aranceles aduaneros, los cargos equivalentes a un impuesto interno u otros cargos nacionales aplicados de conformidad con el Artículo III.2 del GATT 1994, y los derechos antidumping y compensatorios) impuestos a la importación o exportación o en relación con las mismas, se limiten al costo aproximado de los servicios prestados y no representen una protección indirecta 3-7 a las mercancías nacionales ni un impuesto a las importaciones o exportaciones para propósitos impositivos.

2. Ninguna Parte exigirá transacciones consulares, incluidos los tasas y cargos conexos, en relación con la importación de cualquier mercancía de otra Parte.

3. Cada Parte pondrá a disposición y mantendrá, a través de Internet una lista actualizada de las tasas o cargos impuestos en relación con la importación o exportación.

4. Estados Unidos eliminará su tasa por procesamiento de mercancías para las mercancías originarias.

Artículo 3.11: Impuestos a la Exportación

Salvo lo dispuesto en el Anexo 3.11, ninguna Parte adoptará o mantendrá impuesto, gravamen u otro tipo de cargo a la exportación de alguna mercancía a territorio de otra Parte, a menos que tal impuesto, gravamen o cargo se adopte o mantenga sobre dicha mercancía:

- (a) cuando sea exportada a los territorios de todas las otras Partes; y
- (b) cuando esté destinada al consumo doméstico.

Sección E: Otras Medidas

Artículo 3.12: Productos Distintivos

1. Cada Parte centroamericana y la República Dominicana reconocerán el *Bourbon Whiskey* y el *Tennessee Whiskey*, que es un *Bourbon Whiskey* puro que solamente está autorizado para ser producido en el Estado de Tennessee, como productos distintivos de Estados Unidos. Por consiguiente, esas Partes no permitirán la venta de ningún producto como *Bourbon Whiskey* o *Tennessee Whiskey*, a menos que haya sido elaborado en Estados Unidos de conformidad con las leyes y regulaciones de Estados Unidos que rigen la elaboración del *Bourbon Whiskey* y del *Tennessee Whiskey*.

2. Para efectos de este Artículo, el Comité de Comercio de Mercancías, a solicitud de una Parte, considerará si recomienda que las Partes enmienden el Tratado para designar una mercancía como un producto distintivo.

Anexo #8

Requisitos Trámites Básicos para Inicio de Operaciones

Persona Jurídica

REGISTRO MERCANIL DE MANAGUA

Escritura de Constitución de Sociedad, en original y 1 copia certificada

Solicitud de Inscripción como Comerciante ante el Registro Mercantil (original en papel sellado) y copia cédula de identidad o pasaporte del firmante

Libros contables de la empresa (Diario, Mayor, Actas y Acciones)

Poder General de Administración, en Original y 1 copia certificada

ARANCELES

Inscripción de Constitución 1% del capital

min. C\$ 500 máx. C\$ 20,000

Inscripción en Libros internos C\$ 60.00

Solicitud de Comerciante C\$ 100.00

Inscripción Libros Contables

Libros de 50 hojas C\$ 25.00 c/u

libros de 100 hojas C\$ 50.00 c/u

Inscripción de Poder C\$ 110.00

DIRECCIÓN GENERAL DE INGRESOS

Registro Único del Contribuyente

- Fotocopia de la Solicitud de Comerciante
- Fotocopia de la minuta cancelada del pago en el Registro Mercantil
- Fotocopia de cédula de identidad Nicaragüense
- Fotocopia de constancia de disponibilidad de servicio público (agua, luz, teléfono o contrato de arriendo) del domicilio particular y del negocio
- Fotocopia de Poder Especial para realizar trámite y cédula de identidad, si el trámite es realizado por un gestor, con C\$ 15.00 de timbres fiscales
- Fotocopia de residencia nicaragüense en condición uno 1) o constancia de trámite y pasaporte (en caso de ser extranjero)
- Fotocopia de Poder Generalísimo otorgado a Nicaragüense o extranjero residente, con C\$ 30.00 en timbres fiscales (en caso de ser extranjero)

Aclaraciones sobre trámite en DGI

Para Trámite en DGI, si los recibos de agua, luz, teléfono o contrato de arriendo NO se encuentran a nombre del contribuyente tendrá que presentar una DECLARACIÓN NOTARIAL, con el fin de constatar el domicilio.

NOTA IMPORTANTE:

Se acuerdo al código tributario, arto. 123 el contribuyente tiene 30 días hábiles después de inscribirse en registro mercantil, para solicitar el ruc, una vez concluido este periodo, incurrirá en una multa de C\$ 750.00.

ALCALDIA DE MANAGUA

Matrícula Municipal

- Fotocopia de la Solicitud de Inscripción como Comerciante, inscrita en el Registro Mercantil
- Fotocopia del RUC
- Fotocopia de Cédula de Identidad o Pasaporte en caso de ser extranjero
- Fotocopia de Poder Especial para realizar trámite y cédula de identidad, si el trámite es realizado por un gestor, con sus respectivos timbres fiscales

ARANCELES

Formato Solicitud
de Matrícula C\$ 5.00

Matrícula

capital menor a
C\$25,000 C\$ 250.00

capital mayor a
C\$25,001 1%

Constancia de Matrícula 1% de Matrícula

* Para el Trámite en ALMA es necesario presentar PERMISOS ESPECIALES, dependiendo de la Actividad del Negocio.

Ministerio de Fomento, Industria y Comercio

Registro Estadístico de Inversión Extranjera

- Inversión igual o mayor U\$ 30,000
- Fotocopia de la Solicitud de Comerciante, debidamente Inscrita en el registro Mercantil
- Fotocopia del RUC
- Una foto reciente tamaño carné
- Matrícula Municipal
- Perfil del Proyecto

Dependiendo de la Actividad Económica del Negocio se deben presentar documentos adicionales.

NOTA:

Para realizar el trámite se debe constatar la Inversión con una Visita de Campo.

* Ley 344 “Ley de Promociones de Inversiones Extranjeras”, publicada en La Gaceta, Diario Oficial del 24 de mayo del 2000.

Anexo #9

REQUISITOS DE EXPORTACIÓN

A continuación se presenta un resumen de los documentos requeridos y para realizar el ejercicio de exportaciones:

La empresa que disponga con el producto y los volúmenes exportables deberá inscribirse como exportador en el centro de Trámites de Exportación (CETREX), para realizar cualquier operación de exportación, para lo cual deberá solicitar los requisitos para inscripción y llenar la tarjeta de inscripción de exportador. Esta inscripción es gratis.

¿Qué es el CETREX?

Entidad adscrita ante la Comisión Nacional de Promoción de Exportación (CNPEN), y que toda persona Natural o jurídica que desee exportar sus productos, primero deberá de registrarse ante la entidad encargada de suministrar todos los documentos oficiales que se requieren para el proceso de exportación. Así mismo el CETREX brinda asesoría ágil y oportuna acompañando al micro, pequeño, mediano y gran empresario durante todo su proceso de exportación en cuanto al llenado de los formatos requeridos.

¿Qué hacer para inscribirse en el registro de Exportadores del CETREX?

Llenar el formato de inscripción del Exportador, el cual es suministrado de forma gratuita en las oficinas del CETREX ubicada en carretera Norte, frente a la COCA-COLA.

<p style="text-align: center;">Persona Natural</p> <p style="text-align: center;">(Tota aquella persona que sin haber creado ningún tipo de organización desea exportar de forma individual o en grupo)</p>	<p style="text-align: center;">Persona Jurídica</p> <p style="text-align: center;">(Empresa, organización, fundaciones cooperativas, asociaciones, etc.)</p>
<p>Fotocopia de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Numero Ruc ☞ Constancia de contribuyente de la DGI actualizada. ☞ Registro de firmas (este sea presentado en una pequeña esquila que es suministrada por el CETREX). ☞ Fotocopia de Identificación adicional, estas pueden ser(Cedula de Identidad, Carnet del Seguro, licencia o pasaporte) 	<p>Fotocopia de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Numero Ruc ☞ Escritura de constitución con sus Estados (original y copia) que una vez cotejado le será devuelto. ☞ Poder General de Administración debidamente inscrito en el Registro Mercantil. ☞ Constancia de contribuyente en la DGI actualizada. ☞ Registro de firmas ☞ Identificación de firmas autorizadas estas pueden ser (Cedula de identidad, carnet del seguro, licencia o pasaporte). ☞ Carta de autorización de Firmas. ☞ Poder especial para la agencias Aduaneras
<p style="text-align: center;">En ningún caso se considerara documento de identificación el numero Ruc</p>	

Una vez cumplidos estos requisitos el exportador podrá solicitar al CETREX una serie de documentos en dependencia del producto a exportar y su destina.

Cuando la exportación del producto va con destino al área centroamericana se deberá de llenar los siguientes documentos.

- ☞ Formulario Aduanero único Centroamericano (FAUCA).
- ☞ Factura Comercial.
- ☞ Documento de Embarque.
- ☞ RUC.
- ☞ Declaración de Mercancía.

Cuando la Exportación es fuera del are Centroamericana.

- ☞ Formato Único de Exportación.
- ☞ Factura comercial.
- ☞ Documento del embarque.
- ☞ RUC
- ☞ Declaración de mercancía.
- ☞ Certificado fitosanitario para el caso del maní emitido por el MAGFOR.
- ☞ Certificado de origen (SGP, ALADI, TLC_MEXICO, TLC-República Dominicana, CAFTA, CETREX) según sea el caso.

Según el producto a exportar, verifique los requisitos específicos por producto y país de destino.

Deberá presentar solicitud de exportación con los respectivos documentos anexos, los cuales están en función del tipo de exportación, producto a exportar y país de destino.

Posteriormente a este trámite y según el destino de su exportación, CETREX emite el formulario único Centroamericano (FAUCA) o la Declaración de Mercancías (DM), el primero se utiliza para la exportación hacia Centroamérica y la segunda, para fuera de Centroamérica. El costo por autorización de estos documentos es de C\$ 3.00. El exportador tiene que pagar una tarifa de servicios de acuerdo al valor FOB en dólares de la exportación según lo que siguiente

Para exportaciones mayores de US\$ 2,000.00 el exportador deberá utilizar los servicios de un agente aduanero. Si el valor FOB de exportación es inferior a este monto, el delegado de CETREX de las aduanas de salida (Aeropuerto, Guasaule, Peñas Blancas, El Espino y Las Manos), tienen autorización para brindarles servicios de agentes aduaneros. El exportador tiene que pagar por este servicio el valor de C\$100 y las hojas de seguridad utilizadas en la impresión de la Declaración Aduanera. Cada hoja tiene un costo de US\$1.00.

Cabe señalar, que los pasos mencionados anteriormente son los procesos a seguir para que el producto traspase solamente la aduana Nacional no implica los tramites adicionales por país destino ni las condiciones de acceso a mercado en aduanas internacionales; los cuales varían por país y producto.

Una vez seleccionado un país al cual se desea exportar, es convenientemente realizar un análisis de las condiciones de acceso al mercado existentes y de otras variables e información importante a evaluar de realizar la exportación.

TRAMITES NACIONALES PARA LA EXPORTACIÓN

a. Trámites de certificación fitosanitaria para productos agrícolas

Para certificar productos para la exportación la instancia encargada es la Dirección General de Protección y Sanidad Agropecuaria del MAGFOR, específicamente el área de inocuidad agroalimentaria, la misma que coordina, facilita y ejecuta la inspección oficial higiénico-sanitaria de alimentos de origen animal y vegetal. Supervisa, inspecciona y certifica la condición sanitaria de rastros, plantas procesadoras de productos y sub-productos de origen animal y vegetal, destinados al consumo nacional e internacional, así como empacadoras, medios de transporte y otros, para producir alimentos inocuos y seguros para el consumo externo e interno, con la finalidad de cumplir con los acuerdos y compromisos firmados en los Tratados de Libre Comercio-CAFTA, OMC y Unión Aduanera. Para mayor información visite la siguiente dirección:

<http://www.dgpsa.gob.ni/>

b. Trámites para el registro cómo exportador

En Nicaragua la instancia encargada es el Centro de Trámite para las Exportaciones (CETREX), que depende de la Comisión Nacional de Promoción de Exportaciones CNPE /MIFIC. Su función principal es centralizar la ejecución de las funciones específicas de las entidades públicas que atienden los trámites relacionados con las exportaciones, así como agilizar dichos trámites. Funciona, además, como ventanilla única, en la que el exportador puede realizar todos sus trámites y facilitar sus exportaciones con la presentación de los Formatos Únicos Autorizados y la mercancía en las aduanas de salida del país. Para mayor información visite la siguiente dirección: <http://www.cetrex.gob.ni/>

Requisitos para cumplir con los requerimientos establecidos en la Ley de Bioterrorismo de los Estados Unidos

a. Registro de Instalaciones

Es un requisito indispensable de cada exportador que desee exportar a los Estados Unidos registrarse previamente en un padrón de exportadores manejado por la FDA.

El registro de las instalaciones se tendrá que realizar solamente una vez y no tiene ningún costo. Sin embargo, se advierte que si existe alguna modificación de la información presentada en el registro inicial, la misma debe ser actualizada de inmediato para no presentar problemas en los procesos.

La forma más fácil de registrar una instalación es a través de Internet. Las personas interesadas pueden dirigirse a la siguiente dirección en español: <http://www.cfsan.fda.gov/~furls/sffquick.html>.

b. Notificación previa

Consiste en llenar un formulario que debe ser recibido y confirmado por la FDA, no más de cinco días antes de la llegada del embarque. El tiempo mínimo para recibir las notificaciones dependerá del medio de transporte:

- No menos de 2 horas antes de la llegada si es por carretera,

- 4 horas si es vía aérea o férrea u
- 8 horas si la vía es marítima.

Para mayor información visite la página:

<http://www.cfsan.fda.gov/~dms/fsbtact.html#pn>

c. Establecimiento y mantenimiento de registros

Para el mejor control y vigilancia de los productos que se comercializan, en los Estados Unidos, la FDA solicita establecer y mantener registros relacionados con: manufactura, procesamiento, empaque, distribución, recepción, almacenamiento e importación. Este requisito rige para las personas (individuos, sociedades, corporaciones y asociaciones) que elaboran, procesan, envasan, transportan, distribuyen, conservan o importan alimentos, así como para los extranjeros que transportan alimentos a EE.UU, los demás están exentos.

Para obtener más información se puede visitar la siguiente dirección:

<http://www.cfsan.fda.gov/~dms/fsbtact.html#pn>.

d. Detención administrativa

Consiste en que la FDA podrá retener/ incautar administrativamente alimentos, si tiene pruebas o información creíble o fidedigna de que los alimentos representan una amenaza de consecuencias negativas y graves para la salud o de muerte de personas o animales en EE.UU.

e. Registro de marca

Esto solo en caso de que quiera vender plátano y yuca con marca registrada.

USPTO Es la oficina de marcas y patentes de los Estados Unidos, que es parte del departamento de comercio. Aquí se registran las diferentes marcas para los productos y las marcas registradas tienen una validez por 15 años, una vez cumplida la fecha deben ser registradas nuevamente.

En la siguiente dirección usted puede registrar su marca en línea, haciendo uso de su tarjeta de crédito:

<http://www.uspto.gov/main/trademarks.htm>

f. Cuotas de importación

Para los rubros del plátano y yuca no se establecen cuotas de importación. En los EE.UU. la mayoría de las cuotas y contingentes de importación son administrados por la Dirección de Aduanas de los Estados Unidos (U.S. Customs Service).

g. Aranceles

El arancel de base (actual) para el plátano fresco y yuca de origen nicaragüense es cero. Si desea información más detallada puede visitar la siguiente dirección:
<http://dataweb.usitc.gov/scripts/tariff2004.asp>

Anexo#10

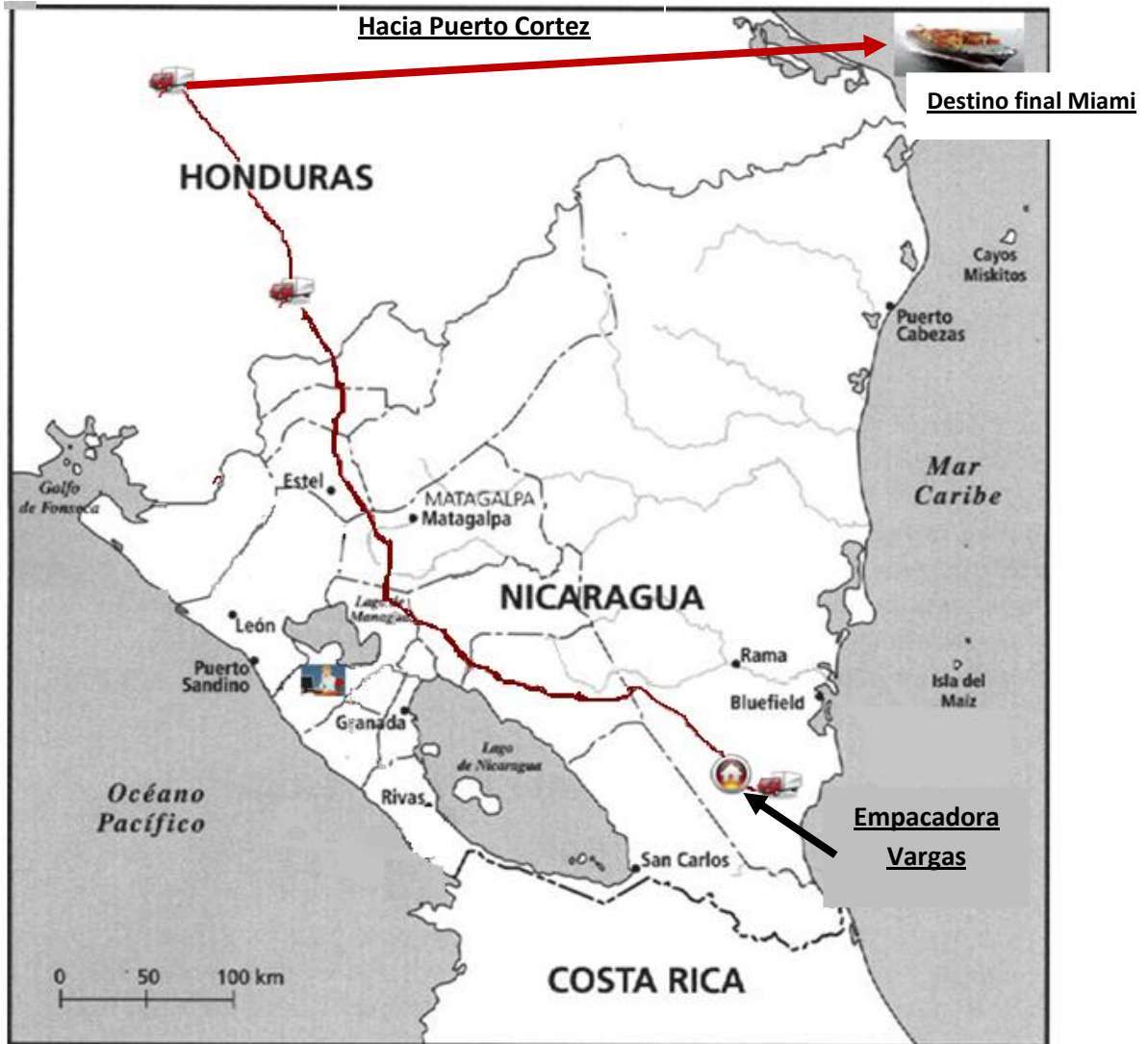
Distribución de los productos (origen – destino final)

Diagrama de distribución del producto Plátano



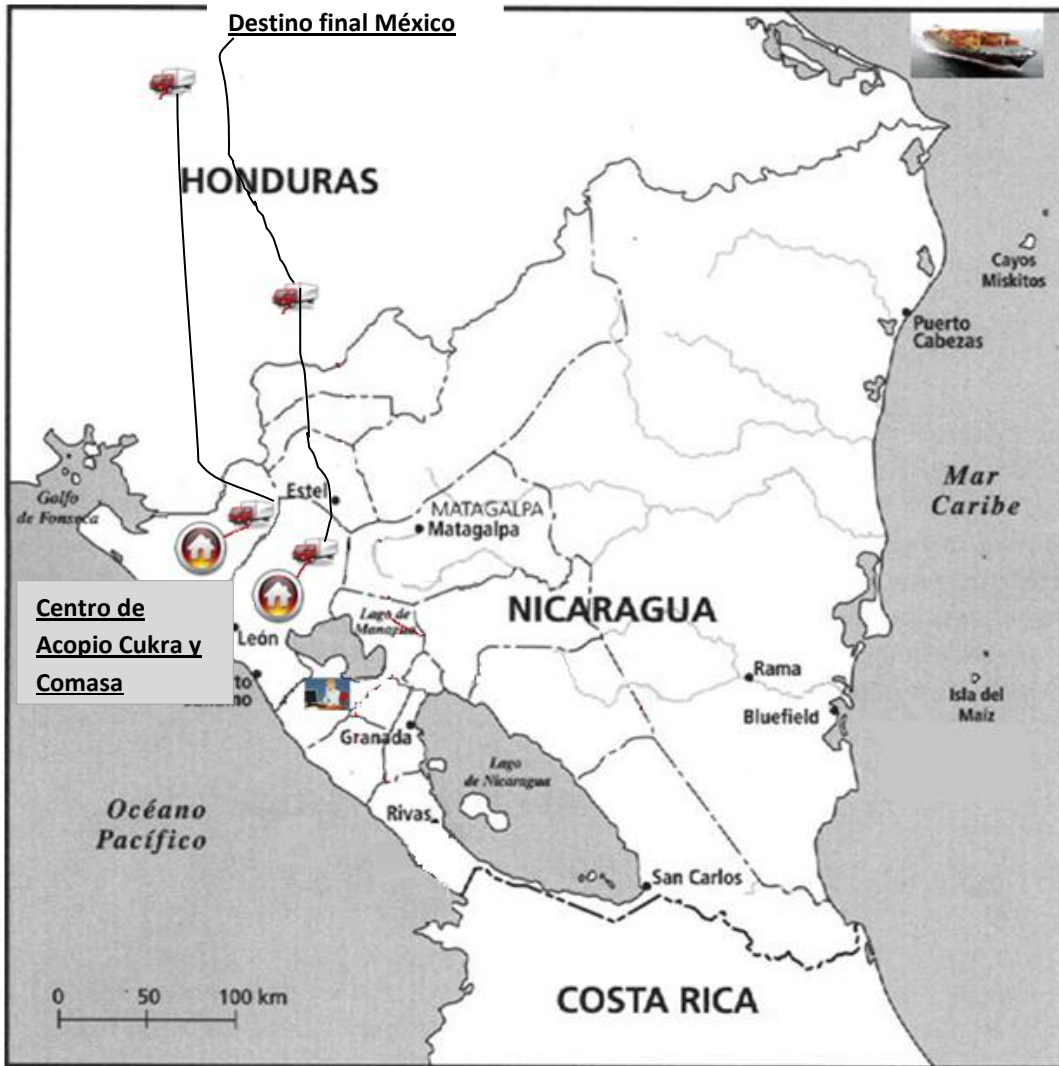
Plátano: Centro de Acopio (CA) (Rivas)-Puerto Cortez (Honduras) -----
Miami

Diagrama de distribución del producto yuca



Yuca: EMPACADORA VARGAS (Nueva Guinea)-Puerto Cortez (Honduras)-Miami.

Diagrama de distribución del producto Maní



Maní: COMASA o CUKRA Centros de Acopio (León o Chinandega) -----
México.