



MICHIGAN STATE  
UNIVERSITY

# UNIVERSIDAD ESTATAL DE MICHIGAN

## NICARAGUA

# OBJETIVOS PLANTEADOS.

## Objetivo 1:

Promover el acceso al mercado local, regional e internacional de los productos frescos Nicaragüenses.

## Objetivo 2:

Desarrollar alianzas entre compradores y productores Nicaragüenses, incluyendo otros actores importantes en la cadena.

## Objetivo 3:

Capacitar a los Nicaragüenses para exportar productos agrícolas y la inserción en el proceso de CAFTA.

## Distribucion de Mercado y principales cultivos asistidos por **PFID** a los Productores

	Norte America y CANADA		Regionales		Local	
	Invierno	Todo el año	Estacion	Todo año	Supermercados	Tradicional
<b>Productos</b>						
1. Tomates				●	●	●
2. Lechuga				●	●	●
3. Chile Dulce				●	●	●
4. Rabano				●	●	●
5. Chayote	○			○	○	○
6. Zanahorias				●	●	●
7. Cebollas	●			●	●	●
8. Okra	○					
9. Calabacines	○			●	●	●
10. Otros Vegetales				●	●	●
11. Papas					●	●
12. Yuca, Malanga		●		●	●	●
13. Hierbas		●			●	●
14. Platanos		○		●		
15. Piña		●		●		
16. Sandia	●		●		●	●
17. Melones	●		●		●	●
18. Frijolitos			●		●	●
19. Café		●				●
20. Cacao		●				●



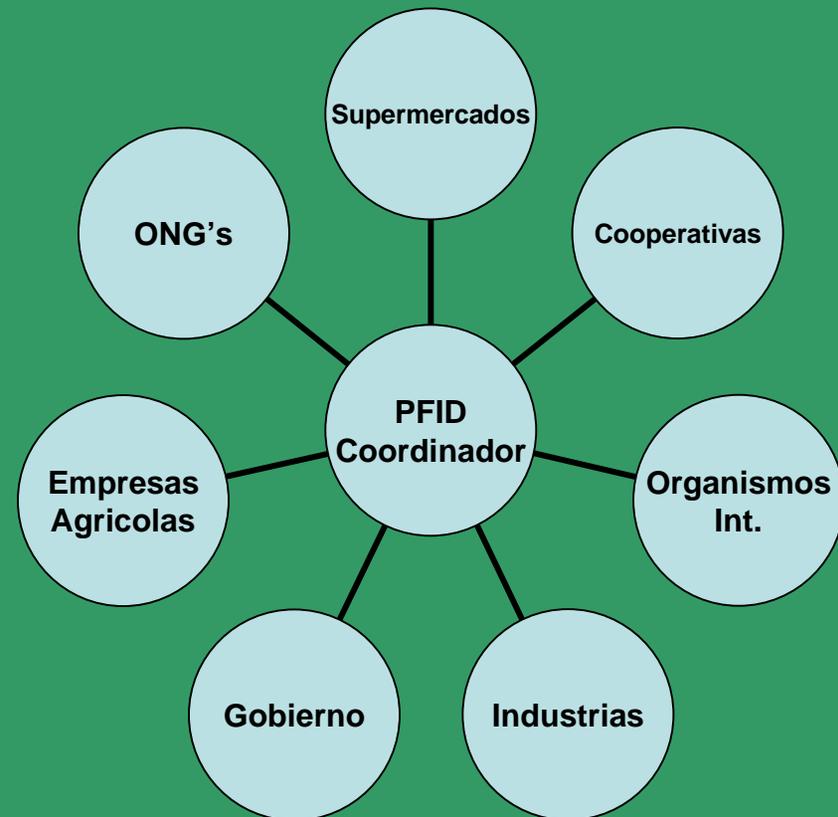
- TECHNOSERVE (Vegetales, Platanos)
- CRS (Cafe, Raices, Hierbas, Vegetales)
- WORLD RELIEF (Cafe, Cocoa, Frutas)
- LUTHERANS WORLD RELIEF (Cafe)
- ADRA (Vegetales)
- FRUTICSA (Piña)
- VERBO (Calabacin)



# Alianzas

Proyecto de Alianzas para el  
Desarrollo de la Industria  
Alimentaria

- ❖ **Alianzas con Hortifruti**
- ❖ **9 ONGS:** Technoserve, CRS, CLUSA, ADRA, PCI, SAVE, Winrock, WRC, LWC
- ❖ **6 Cooperativas de pequeños productores:** Namanji, Tomatoya, Conor 3-80, Terrabona, San Lorenzo
- ❖ **3 empresas agrícolas. (Organizadas por PFID):** Expotosí, Exprosur y Fruticsa.
- ❖ **3 Org. internacionales:** IICA, INCAE, MASHAV
- ❖ **1 Institucion Gubernamental:** CPC.
- ❖ **Industrias:** APRONOT.





MICHIGAN STATE  
UNIVERSITY

# COMO ORGANIZAMOS EL MERCADO

## EJEMPLO PRODUCTO PLATANO

# 1. IDENTIFICACIÓN DEL POTENCIAL DE MERCADO

- Oficina Universidad Estatal de Michigan.
  - Investigación del Mercado USA,
  - Identificación de potenciales compradores
- Oficina en Nicaragua.
  - Investigación del Mercado Regional (Centro América es un mercado Alternativo)
  - Identificación de potenciales compradores
  - Establecimiento de relaciones con los compradores establecidos.

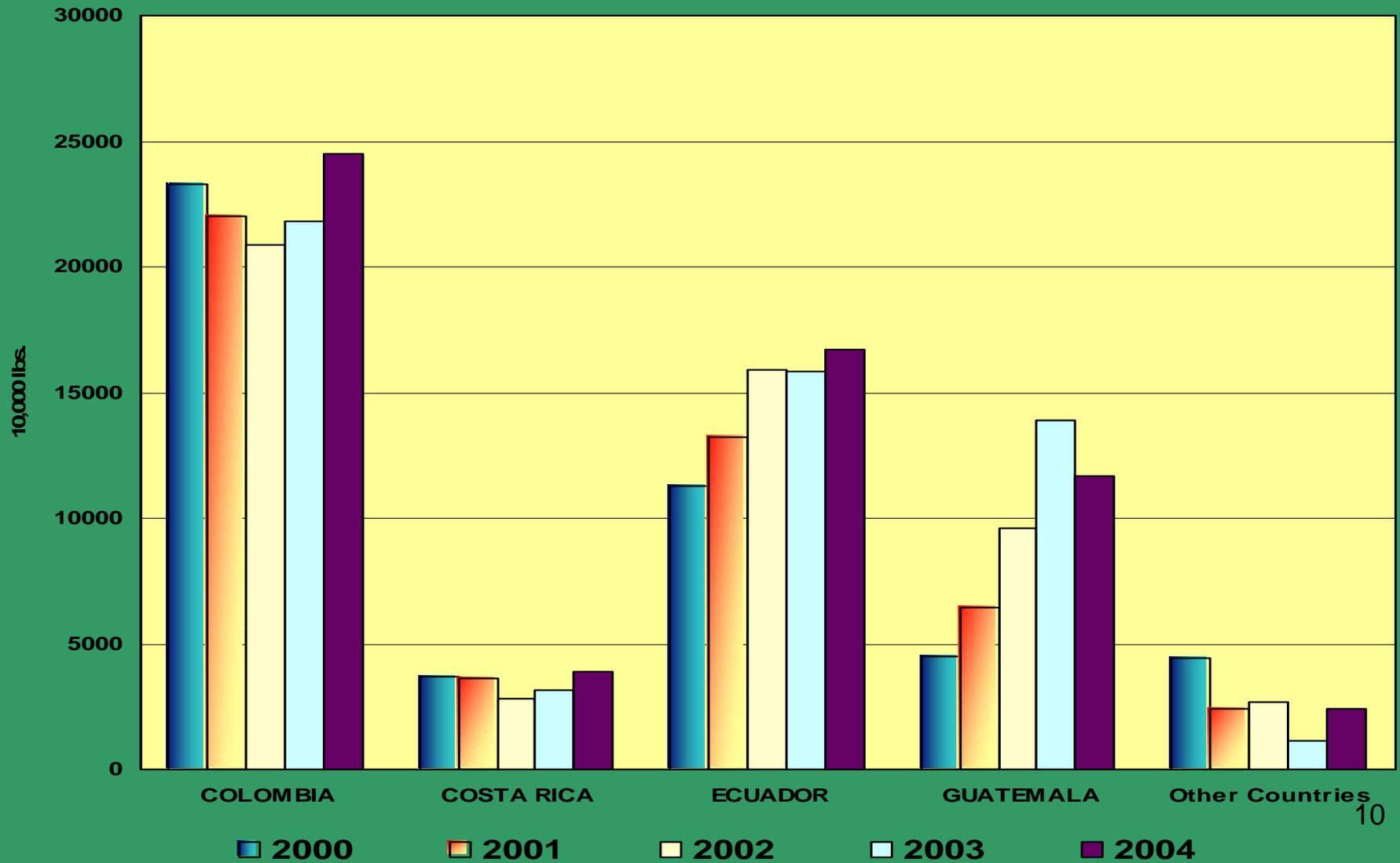
# ESTÁNDARES REQUERIDOS POR EL MERCADO

PLANTAIN - QUALITY SPECS			FRESH EXPORT #1	FRESH EXPORT #2	FRESH REGIONAL	FRESH LOCAL
		<b>1. Fruit defects:</b>				
1.1	FF	Fused fingers	None	2 per box		
1.2	BT	Black tip	None			
1.3	CE	Cigar end	None			
1.4	MF	Mutilated fingers	None			
1.5	CMC	1.5 Pudriciones y/o mohos (English word?)	None			
1.6	RT	1.6 Dedos maduros (English word?)	None			
1.7	NI	Neck injury	None			
1.8	BR	Bruising	None	None		
1.9	TS	1.9 Cortos (English word?)	None			
1.10	OG	Over grade	None	1 per box		
1.11	UG	Under grade	None			
1.12		All other defects	Medianos			
		All other defects that affect the pulp		None		
		Cicatriz de crecimiento (English word?)	1 inch			
		Daño de tortuguilla (English word?)	1 inch	1.5 inches		
	SRF	Scarring for friction	0.5 inch	1 inch		
	MS	Maturity stain	None	0.5 inch		
	SR	Scarring	1 inch	2 inches		
		Pedicelo corto (English word?)		1 per box		

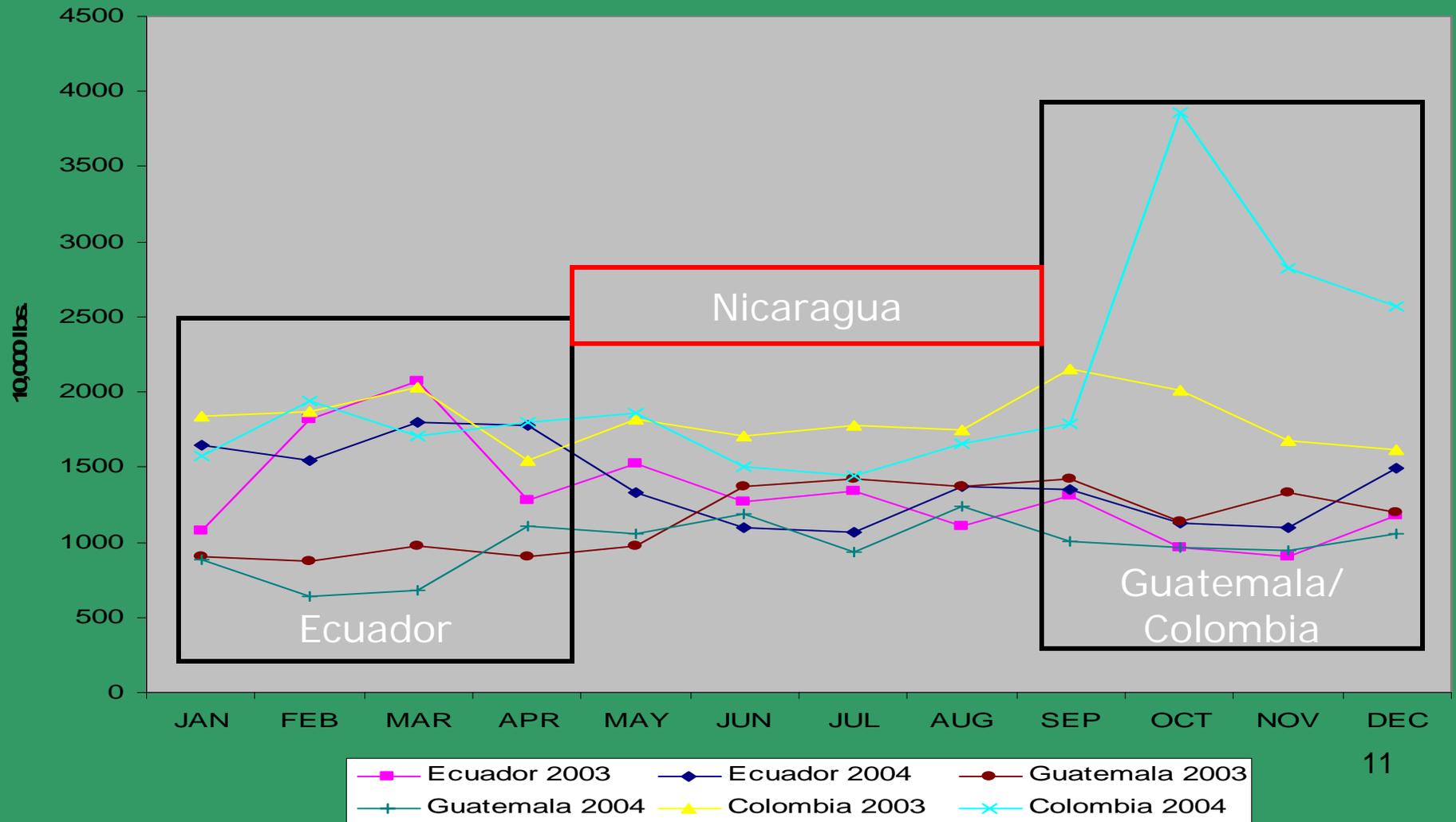
# ESTÁNDARES REQUERIDOS POR EL MERCADO

PLANTAIN - QUALITY SPECS		FRESH EXPORT #1	FRESH EXPORT #2	FRESH REGIONAL	FRESH LOCAL
	<b>2- Minimum Length (measured from tip to neck).</b>	10 inches	9 inches		
	<b>3- Fingers per box</b>				
	Min-max	60-65	75-80		
	Tolerance	(+)(-) 5			
	<b>4. Plantain grade (diameter)</b>				
	Minimum		20 18/32 "		
	Maximum		32		
	Grade is measured at the center of finger with an official caliper or Vernier				
	<b>5- Net weight per box</b>	51.5 Lbs.	51.5 Lbs.		
	Tolerance	(+)(-)4 oz.			
	<b>6. Packing technique</b>				
	Fingers are placed lengthwise, tips to the center and extremes (?) facing				

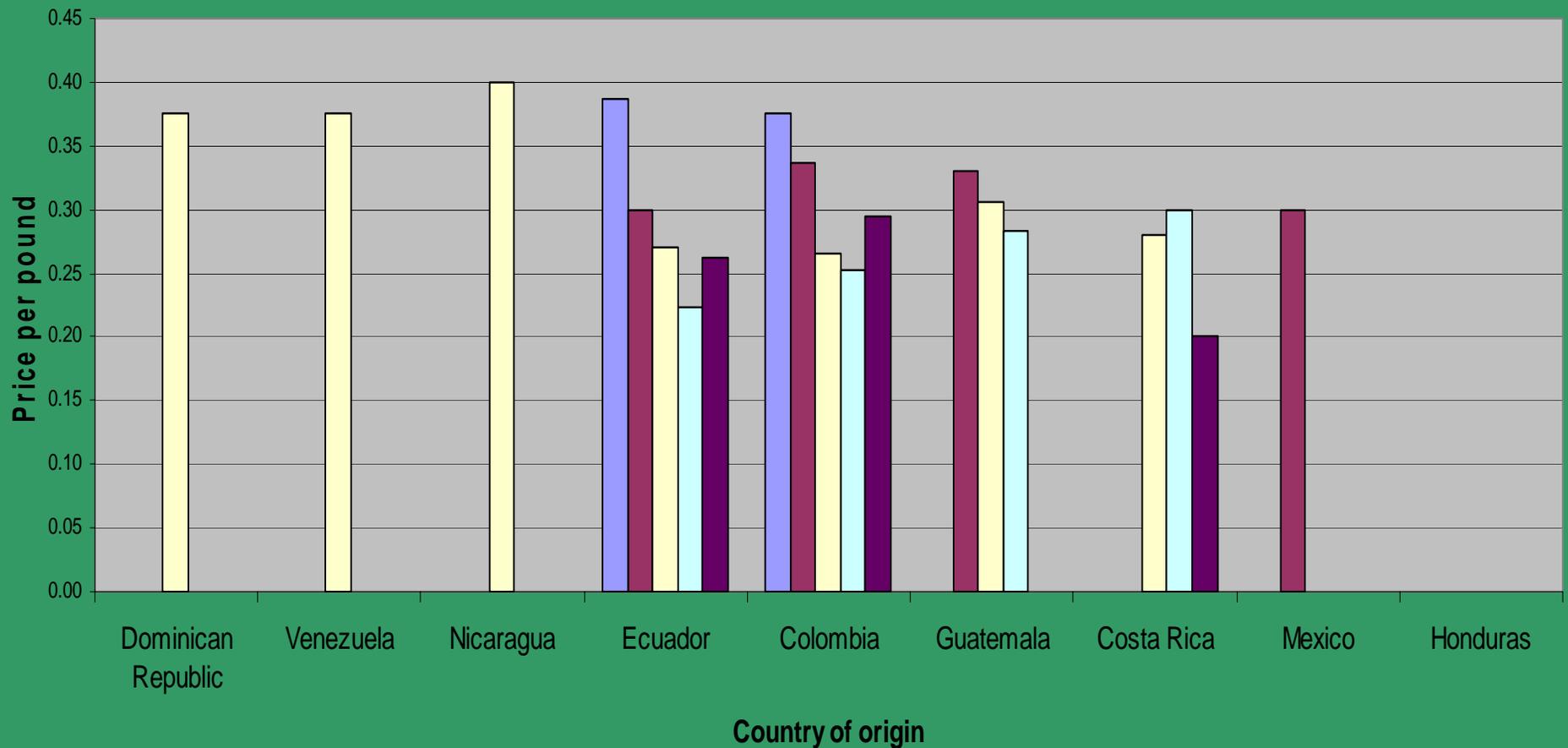
**FIGURE: Import volume of PLANTAINS by Origin : 2000 - 2004 (In 10,000 lbs.)**  
**Nicaragua : less than 30**



**Figure : Total Volume of PLANTAIN in the US market by Month & country of origin : 2000-2004 (In 10,000 lbs)**



**Figure : price pre pound, imported plantain by country and terminal market  
(Jan 1 - May 22nd, 2005)**



■ CHICAGO    
 ■ LOS ANGELES    
 ■ MIAMI    
 ■ NEW YORK    
 ■ PHILADELPHIA

# Análisis de sensibilidad-Punto de equilibrio

## ¿A que precio resulta atractivo vender en USA?

Precio (US broker)	10.00	11.00	12.00	13.00	14.00	15.00	16.00	17.00	18.00
Comision de venta	1.00	1.10	1.20	1.30	1.40	1.50	1.60	1.70	1.80
Manejo en USA	0.95	0.95	0.95	0.95	0.95	0.95	0.95	0.95	0.95
Flete maritimo	4.36	4.36	4.36	4.36	4.36	4.36	4.36	4.36	4.36
<b>Retorno FOB Nicaragua</b>	<b>3.68</b>	<b>4.58</b>	<b>5.48</b>	<b>6.38</b>	<b>7.28</b>	<b>8.18</b>	<b>9.08</b>	<b>9.98</b>	<b>10.88</b>
Manejo en Nica	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Caja (empaques)	1.36	1.36	1.36	1.36	1.36	1.36	1.36	1.36	1.36
Empaque	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37
Paletizado	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21
<b>Retorno al productor/caja (US\$)</b>	<b>1.64</b>	<b>2.54</b>	<b>3.44</b>	<b>4.34</b>	<b>5.24</b>	<b>6.14</b>	<b>7.04</b>	<b>7.94</b>	<b>8.84</b>
<b>Costo de produccion (al productor)</b>	<b>4.50</b>	<b>4.50</b>	<b>4.50</b>	<b>4.50</b>	<b>4.50</b>	<b>4.50</b>	<b>4.50</b>	<b>4.50</b>	<b>4.50</b>
<b>Margen neto al productor</b>	<b>(2.86)</b>	<b>(1.96)</b>	<b>(1.06)</b>	<b>(0.16)</b>	<b>0.74</b>	<b>1.64</b>	<b>2.54</b>	<b>3.44</b>	<b>4.34</b>

## 2. ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

- Oficina en Nicaragua identifica las zonas agronómicamente viables en el país.
- Se establecen contactos y relaciones con organizaciones (asociaciones, cooperativas ONG) y productores individuales que operan en la zona seleccionadas.
- Identificación de los productores aptos para el proceso de producción.
- Levantamiento de línea de base y Geo-Referenciación de los productores seleccionados.
- Agrupación de Productores en Empresas (constitución legal realizada por MSU)

### 3. PROCESO DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA

- Implementación de Fincas Comerciales Demostrativas de la tecnología que se desea transferir.
- Asistencia técnica
  - Agronómica
  - Post Cosecha.
- Apoyo en Insumos e infraestructura básica para Mantener la calidad y el cumplimiento de normas de Sanidad e Inocuidad Alimentaria y Medio Ambiente



## 4. APOYO EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

- Previo al proceso de Producción.
  - Identificación de los Compradores. (Investigación de antecedentes Comerciales)
  - Elaboración y apoyo en la Negociación y Firma de los Contratos de Compra
  - Apoyo en la elaboración de Cronograma de Exportación.
  - Apoyo en obtención de la Documentación y registros necesarios para la venta del producto.
    - Registros Internos ( RUC, CETREX)
    - Registro FDA.
    - etc.

# APOYO EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (Cont)

- Venta de la Producción.
  - Apoyo en la coordinación con empresas de Transporte. (MSU asume costos de traslado de los tres primeros embarques.
  - Apoyo en la consecución del material de empaque e insumos para el procesamiento.
  - supervisión del procesamiento y empaque del producto ( punto de embarque).
  - Supervisión y Monitoreo del Producto en bodegas del comprador.(verificación de la calidad en las bodegas del comprador)

# APOYO EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (Cont)

- Venta del Producción.
- Comunicación directa de bajo costo con el comprador o supervisor en USA ( Telefonía IP).
- Fondo para que el productor pueda descontar factura que permite soportar el período de pago del comprador.



MICHIGAN STATE  
UNIVERSITY

# UNIVERSIDAD ESTATAL DE MICHIGAN

GRACIAS POR SU ATENCION