



MiPesca

¡Hacia una cadena pesquera productiva!

RESILIENCIA DE LA ECONOMÍA AZUL Y DEL ECOSISTEMA COSTERO DEL NORTE DE HONDURAS

PLAN DE NEGOCIOS

UNIÓN DE PESCADORES ARTESANALES DE LA COSTA NORTE DE HONDURAS RED-PESCAHN

INVERSIÓN TOTAL: L 1,465,923.00			
TERMINO DE LA INVERSION: 5 AÑO			
MIPESCA	Equipo e inversiones menores	627,000	1,339,389.83
	Capital semilla	673,689.83	
CONTRAPARTIDA	L	54 %	
	788,840.10		
		100%	

Fecha: octubre 2020

Elaborado por: Asociación Goal Internacional.

CONTENIDO

I. RESUMEN EJECUTIVO	4
II INFORMACIÓN GENERAL DE LA UNIÓN DE PESCADORES	5
2.1 Datos Generales de RED-PESCAHN	5
2 Organización y equipo directivo	6
2.2.1 Figura de la junta directiva de RED-PESCAHN.	6
III. Descripción de la propuesta de inversión	8
3.1 Lista de socios fundadores de RED-PESCAHN	8
3.2 Modelo de inversión propuesto	10
3.3 INVERSIONES	10
3.4 CAPITAL DE TRABAJO	11
3.5 INVERSIONES EN IMAGEN Y SISTEMA CONTABLE	11
3.6 Gastos operativos	12
3.7 La estructura laboral	12
3.8 Operaciones	13
3.9 Transporte	13
IV PRODUCTOS Y SERVICIOS	14
4.1 Productos	14
4.1.1 PESCADO FRESCO ROJO Y BLANCO	14
4.1.2 Jaiba fresca en hielo	15
4.1.3 Cola de Langosta y Camarón	15
4.2 Servicios	16
4.2.1 Marca colectiva	16
4.2.2 Acopio y logística en zonas comerciales	16
4.2.3 Consolidación de oferta comercial	16
4.2.4 Estandarización de precios entre los socios	17

V ANÁLISIS DE MERCADO	17
5.1 Mercado objetivo	17
5.2 Evaluación del mercado	18
5.3 Precios	19
VI PLAN de OPERACIONES.....	19
6.1 Centros de venta y acopio	19
6.2 Control de calidad	20
VII EXPECTATIVA FINANCIERAS.....	21
1.1. Suposiciones claves	21
7.1 Proyección de acopio de pescado rojo y blanco para los primeros 5 años. 21	
7.2 Proyección de ventas	22
7.3 Proyección de ingresos	22
7.4 Costos financiero	23
7.5 Costo de Producción	23
7.6 Flujo de caja del negocio	23
VIII. ANEXOS.....	24

I. RESUMEN EJECUTIVO

La unión de pescadores de la costa norte de Honduras RED-PESCAHN nace como una iniciativa de las 23 organizaciones de pescadores de la costa norte de Honduras atendidas por el proyecto MiPesca, de organizarse y resolver dificultades en común. En el presente plan de negocio se genera una estrategia organizativa y logística, para dar respuesta a las dificultades logísticas y comerciales, presentadas.

La propuesta consiste en constituir legalmente una organización de segundo grado que represente comercialmente y brinde servicios logísticos a sus 23 organizaciones socias, generando una marca colectiva y sistema de distribución que permita dinamizar sus acciones de negocios y llegar a mejores clientes. Ubicando dos centros de acopio estratégicamente, respondiendo a la lógica de distribución de las organizaciones, y apuntando a la ventana amplia de comercio, en ciudades de alto consumo como son; La Ceiba, San Pedro Sula y Tegucigalpa.

La inversión total requerida para este plan empresarial es \$ 2,600,614 del cual la compañía las COMIDAS CONGELADAS contribuirán una cantidad de \$ 300,000 accounteada para en las inversiones de una planta de tratamiento del agua y tres almacenamiento frío habitaciones. El OBJETIVO proporcionará \$ 200,000 concedido a través del Mi Pesca el programa financiado por el InterAmerican Banco de Desarrollo, para proporcionar la asistencia técnica para realizar la calidad de producción y conformidad de sostenibilidad. Director de fondo de inversión Althelia Ecosphere contribuirá USD \$ 2,100,614.00.

Según las proyecciones de ingresos y expenses, flujo de dinero efectivo proyectado para 10 años, t proyecte obtendrá un IRR de 27.54 %.

Según los datos , su mayor problema está en el aspecto de finanzas por la falta de algunos controles administrativos, deficiencia en mercadeo y producción.

El negocio que se promueve es la compra y venta de pescado blanco y rojo el cual es comercializado en un 80% a mercado mayorista como ser plantas exportadoras y restaurantes y un 20% a público en general que visita la tienda de venta.

Para fortalecer este negocio será necesario la inversión de LPS 1,465,923.00 distribuido en la compra e instalación de un curto frio, cambio de máquina de hielo, frízeres, y un motor de 75 hp que permita mantener la cadena de frio e impulse la producción.

Según las proyecciones de ingresos y egresos en el flujo de efectivo proyectado para 5 años, el proyecto obtendrá un VAN: L. 707,606.35 y una TIR de 25% lo que concluye que el proyecto es financieramente sostenible en el largo plazo y que es económicamente factible invertir en el mismo porque se recuperara el capital invertido, pagar el préstamo solicitado y poder obtener una tasa de retorno superior a la tasa pasiva ofrecida por el sistema financiero privado nacional.

II INFORMACIÓN GENERAL DE LA UNIÓN DE PESCADORES

2.1 Datos Generales de RED-PESCAHN

Nombre o Razón Social de la Organización		“UNIÓN DE PESCADORES ARTESANALES DE LA COSTA NORTE DE HONDURAS (RED-PESCAHN)”
Tipo de Organización		Empresa de segundo Grado
No. Personería Jurídica		En tramite
Dirección Completa	Localidad:	Colonia el Sauce, ciudad de La Ceiba, Departamento de Atlántida.
Municipio:		La Ceiba.
Departamento		Atlántida.
Representante Legal		Waldemar Cabrera Wood
Teléfono Fijo/Celular		504 94766250

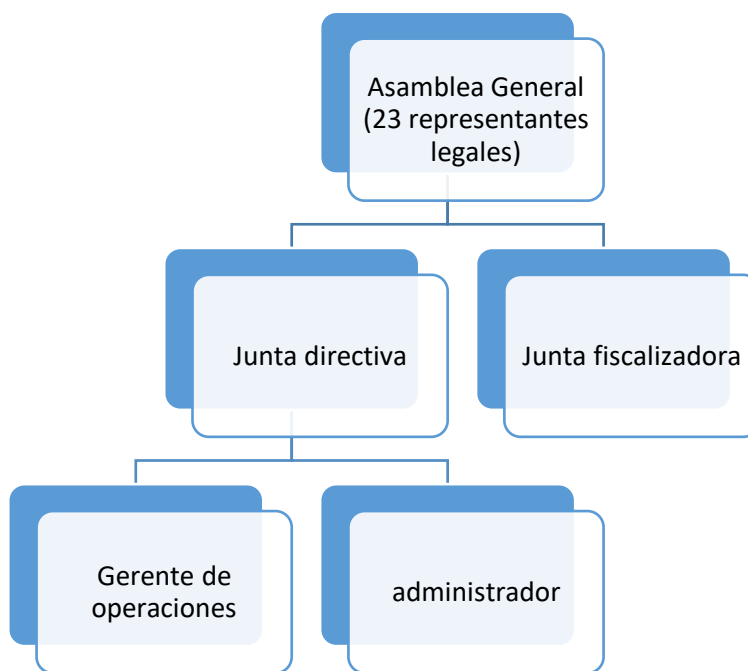
La Unión de pescadores Artesanales de la costa Norte de Honduras (RED-PESCAHN) cuenta con organizaciones socias en los cuatro departamentos costeros del norte de

Honduras como ser: Cortés, Atlántida, Colón, y Gracias a Dios. Esta condición les permite acceso a diferentes especies de productos pesqueros, así como a diferentes oportunidades de negocios por la cercanía a ciudades de alto consumo.

2 Organización y equipo directivo.

La máxima autoridad es la asamblea general, la cual está constituida por el representante legal de cada una de las 23 organizaciones socias, a la vez cuenta con una junta directiva y una junta de vigilancia de la figura de la junta directiva dependerá del gerente de operaciones y administrador general que presentarán informes financieros mensuales para la toma de decisiones.

Figura organizacional



2.2.1 Figura de la junta directiva de RED-PESCAHN.

La asamblea decidió por unanimidad elegir a la junta directiva con representantes de nueve delegados elegidos de acuerdo al colectivo de las asociaciones de cada uno de los departamentos de Gracias a Dios, Colón, Atlántida y Cortés

Los delegados elegidos son:

Representante de Colón:

Gibrán López

Ana Bessy Valdez

Representante de Atlántida

German Hernández

Carlos Colón Valerio

Representante de Gracias a Dios

Jony Varela

Waldemar Cabrera

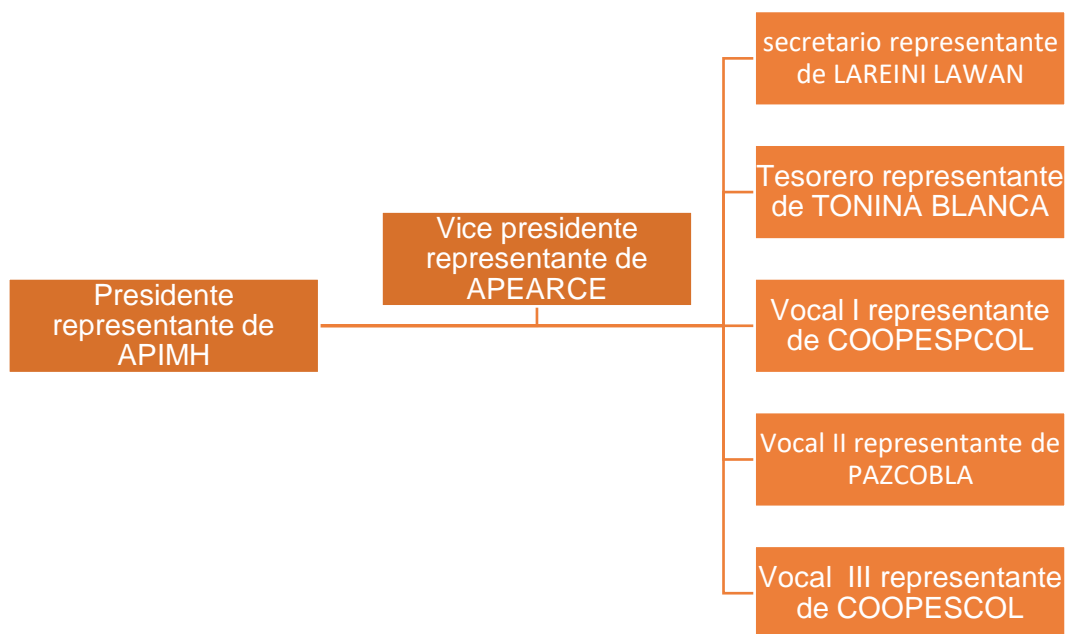
Francisca Paredes

Representante de Cortés

José Manuel Borjas

José Raúl Martínez

Quedando de la siguiente manera la junta directiva



- Presidente: Waldemar Cabrera
- Vicepresidente: German Danilo Hernández
- Secretario: Álvaro Gibran López
- Tesorero: Carlos Colón
- Vocal I: José Manuel Borjas
- Vocal II: Juana Francisca Paredes Oviedo
- Vocal III: José Raúl Martínez

Junta fiscalizadora

Presidente: Jony Gilberto Varela
 Secretario: Ana Bessy Valdez Martínez
 Tesorero: Manuel Antonio Urrea Santos

III. Descripción de la propuesta de inversión

La Unión de pescadores Artesanales de la costa Norte de Honduras (RED-PESCAHN), tiene su domicilio en la Ciudad de La Ceiba, Barrio El Sauce, Departamento de Atlántida, y cuenta con una membresía de 23 organizaciones socias.

La constitución legal de RED-PESCAHN se realizó como una empresa de segundo grado, dentro del sector social de la economía mediante la figura de Unión de pescadores Artesanales de la costa norte de Honduras (RED-PESCAHN). Con el objetivo de atender las expectativas de los pescadores en las áreas de negocios, derecho de acceso, normativas para el ordenamiento y fortalecimiento de las organizaciones pesqueras.

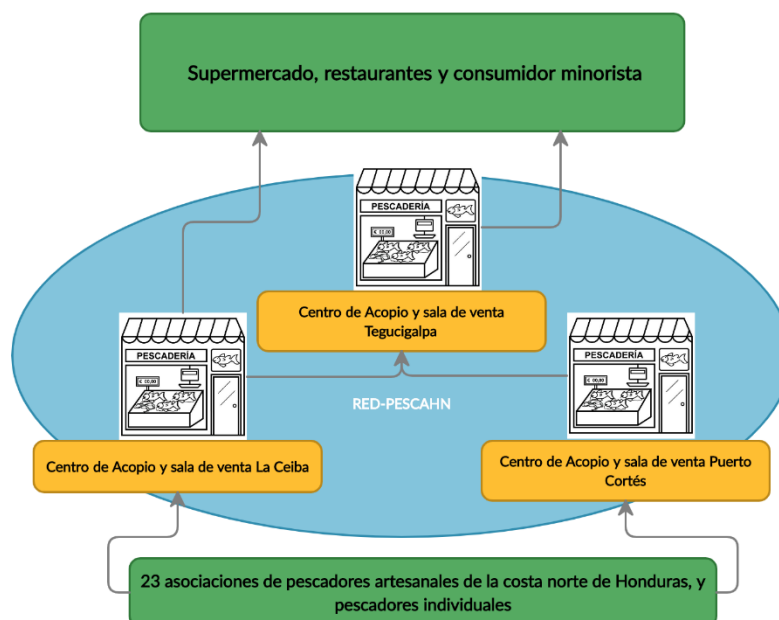
Esta unión se creó con la iniciativa de las 23 organizaciones de pescadores en la ciudad de Trujillo durante el segundo encuentro de pescadores artesanales de la costa norte de Honduras los días 6 y 7 de marzo en el 2019 liderado por el Proyecto MiPesca.

3.1 Lista de socios fundadores de RED-PESCAHN

N°	ORGANIZACIÓN	BENEFICIARIOS/AS		Total	Comunidad	Municipio	Departamento
		Hombres	Mujeres				
1	Asociación de pescadores artesanales Capiro y Jerico	18	9	27	Capiro	Trujillo	Colón
2	Asociación de pescadores artesanales vecino de Marion	9	3	12	Marion	Tela	Atlántida
3	Asociación de pescadores Artesanales Delfines del Caribe	10	5	15	Rio Esteban	Balfate	Colón
4	Cooperativa de pescadores artesanales de Puerto Cortes Coopescol	25	0	25	Puerto Cortes	Puerto Cortes	Cortés
5	Asociación de pescadores artesanales de Plan Grande	12	8	20	Plan Grande	Santa Fe	Colón
6	Empresa de mujeres de Barra Patuca (Bukarimat)	0	36	36	Barra Patuca	Brus Laguna	Gracias a Dios
7	Asociación de pescadores indígenas de la Moskitia (APIMH)	513	36	549	Brus Laguna	Brus Laguna	Gracias a Dios
8	Asociación de Pescadores artesanales indígenas de Brus (APAIB)	21	21	42	Brus Laguna	Brus Laguna	Gracias a Dios
9	Asociación de pescadores artesanales de Brus Laguna (Pazcobia)	11	11	22	Barra Platano	Brus Laguna	Gracias a Dios
10	asociación de pescadores artesanales de Santa Rosa de Aguan	10	15	25	Santa Rosa de Aguan	Santa rosa de Aguan	Colón
11	Empresa de servicios múltiples Kauma	60	42	102	Kaukira	Puerto Lempira	Gracias a Dios
12	Empresa de producción y conservación de Robalo del Rio Kruta	22	9	31	Kruta	Puerto Lempira	Gracias a Dios
13	Asociación de pescadores artesanales de Iriona	19	8	27	Iriona	Iriona	Colón
14	Asociación de pescadores artesanales de La Ceiba (APEARCE)	41	27	68	La Ceiba	La Ceiba	Atlántida
15	Asociación de pescadores artesanales de Triunfo de la Cruz (Tonina Bla)	18	5	23	Triunfo de la Cruz	Tela	Atlántida
16	Asociación de pescadores artesanales de Santa Fe (Tres pueblos Unido)	12	3	15	San Antonio	Santa Fe	Colón
17	Asociación de pescadores artesanales de Limón	15	6	21	Limón	Limón	Colón
18	Asociación de pescadores artesanales de Corozal (Opescor)	12	7	19	Corozal	La Ceiba	Atlántida
19	Asociación de pescadores artesanales de Batalla	10	8	18	Batalla	Juan Francisco Bulnes	Gracias a Dios
20	Asociación de pescadores de Santa Rosa de Aguan	12	8	20	Santa Rosa de Aguan	Santa rosa de Aguan	Colón
21	Asociación de buzos activos de Gracias a Dios (APBGADH)	3000	0	3000	Puerto Lempira	Puerto Lempira	Gracias a Dios
22	Asociación de Pescadores de medusa y escama de Caratasca (APMEC)	45	15	60	Barra Patuca	Brus Laguna	Gracias a Dios
23	Asociación de Pescadores artesanales de Cuero y Salado (APROCUS)	17	10	27	Rosita, Cuero y Salado	El Porvenir	Atlántida

Estas 23 organizaciones constituirán la base productiva del proyecto de inversión, las cuales están dispuestas a firmar un convenio de abastecimiento que permita garantizar que continuamente estarán comercializando su producción con RED-PESCAHN. De esta manera canalizarán su producción, y se facilitará la oportunidad de que se conviertan en acopiadores de sus zonas vinculando a otras organizaciones y pescadores independientes.

Esta inversión está orientada a desarrollar una estructura logística para el acopio y recolección de multipesquería en la costa norte de Honduras. La estructura contará con tres centros de acopio, el primero en la Ciudad de La Ceiba ubicado estratégicamente para recolectar la producción de las siete organizaciones en la zona de La Mosquitia y las siete de Colón, en este centro de acopio es importante mencionar que servirá como punto de ventas al detalle, sin embargo, su labor principal es de recepción, y almacenamiento. El segundo centro de acopio funcionará el COOPESCOL en la ciudad de Puerto Cortes, se llegará a un acuerdo con COOPESCOL para aumentar la capacidad de almacenamiento y poder recolectar la producción de las organizaciones de Cortes y Tela. El tercer centro de acopio el punto de venta más fuerte estará ubicado en La Ciudad de Tegucigalpa en donde se recibirá producto del Centro de Acopio de La Ceiba y de Puerto Cortes, el detalle general de cada una de las inversiones, así como del capital para iniciar y la contrapartida de cada uno de los socios están detallados en la sección **2.4**



3.2 Modelo de inversión propuesto

3.3 INVERSIONES

Las inversiones en equipo se realizarán bajo la administración y propiedad de RED-PESCAHN

Tabla: Detalle de inversiones en equipo

Nº	Descripción	Cantidad	Costo Unitario L.	Costo Total L.	REDPECAH	CONTRAPARTIDA
1	cuarto frio de 2X3X2.4 m con estantes de acero inoxidable con capacidad para 13,000 libras a -20 grados centigrados	3	165000.00	495,000.00	330,000.00	165,000.00
2	Friezer de 25 pies con tapa transparente para exhibidores de productos	6	25,000.00	150,000.00	100,000.00	50,000.00
3	Bascula digital con capacidad maxima de 150 libras	3	5500.00	16,500.00	11,000.00	5,500.00
4	Bascula digital con capacidad maxima de 40 libras	6	3,000.00	18,000.00	12,000.00	6,000.00
5	Bin para transporte de productos pesquero, capaciad 1 TM	8	36,000.00	288,000.00	144,000.00	144,000.00
6	Hieleras portatiles de 200 libras	16	5,000.00	80,000.00	30,000.00	50,000.00
7	Maquina de hielo de 1TM cada 24horas	1	450,000.00	450,000.00	0.00	450,000.00
TOTAL MAQ. & EQUIPO L.				1,497,500.00	627,000.00	870,500.00
TOTAL MAQ. & EQUIPO (%)					42%	58%

En la tabla 1 se resumen las inversiones globales necesarias para operar el negocio.

Las inversiones en equipamiento incluyen:

- 3 cuartos fríos 14.4 metros cúbicos con capacidad de almacenamiento de 10,000 libras de mariscos.
- 6 frízeres de 25 pies con tapa de vidrio que se utilizaran como exhibidores.
- 3 basculas digitales con capacidad de 150 libras para la recepción del producto en centros de acopio.

- 6 basculas digitales con capacidad de 40 libras para la venta de mariscos la sala de venta.
- 8 bines de transporte de productos pesqueros
- 16 hieleras con capacidad de 200 libra para transporte de productos pesqueras
- 1 máquina de hielo de 1 TM por día.

Las inversiones propuestas tienen un costo de L1,497,500.00 de los cuales el 42% L627,000.00 se realizará con fondos del proyecto MiPesca y el 58% ósea L870,500.00 se realizarán como contrapartida de las organizaciones de pescadores socios de RED-PESCAHN

3.4 CAPITAL DE TRABAJO

Para garantizar el negocio por al menos el primer mes de funcionamiento, en las áreas de compra de producto, pago de sueldos y salarios, y gastos administrativos, tomando él cuenta que la venta del 70% del producto esta orientada a supermercado y restaurantes en los cuales se ha negociado pagos en menos de 8 días, se prevé una inversión en efectivo inicial de L 673,689.83.

3.5 INVERSIONES EN IMAGEN Y SISTEMA CONTABLE

Además de la inversión en equipo será necesario realizar un acondicionamiento en los centros de acopio, que permita visualizar su marca, las buenas prácticas con que cuentan las organizaciones socias, y su imagen como herramienta de ventas.

Inversiones en imagen y acondicionamiento de centros de ventas	
Diseño de marca	5,000.00
Impresiones	6,000.00
Pintura	4,200.00
Mostrador	7,000.00
Computadora	8,500.00
Sistema contable	8,000.00
Total	Lp 38,700.00
	\$1,569.98

RED-PESCAHN utilizará un sistema de digitalización empresarial soportado bajo la plataforma de Office 365 en donde se podrá compatibilizar con el sistema de contabilidad digital profesional, y el sistema de trazabilidad. Este sistema será administrado bajo el convenio del proyecto MiPesca y UNITEC.

3.6 Gastos operativos

Se proyectan gastos operativos para los centros de venta y acopio de La Ceiba y Tegucigalpa los cuales funcionarán en espacios alquilados en plazas comerciales de ambas ciudades, con el objetivo de proporcionar cercanía con los clientes minoristas y confianza con los clientes mayoristas, en el caso del centro de acopio de Puerto Cortés RED-PESCAHN no se responsabilizará por los costos ya que COOPESCOL recibirá una compensación vía precio en sus productos, el gasto operativo mensual será de al menos \$ 3,874.24.

Gasto operativos mensuales	
Alquiler de local en La Ceiba y Tegucigalpa	L 25,000.00
Energía y agua	L 17,000.00
Mantenimiento	L 2,000.00
Limpieza	L 2,000.00
Salarios gerente, administrador y asistente	L 46,000.00
Publicidad	L 3,500.00
Total	L 95,500.00

\$ 3,874.24

3.7 La estructura laboral

Gerente

Administrador

Asistentes

Su centro de operación será compartido entre su punto de venta de Tegucigalpa y La Ceiba, esto asegurará la administración apropiada de ambos planteles

Se contará con una persona en cada punto de ventas, como asistente del gerente esta persona será responsable de dirigir la de recepción, almacenamiento, envío, facturación,

atención al cliente, informes de ventas, y limpieza del establecimiento, para algunas de estas actividades será necesario contratar empleados temporales los que se cargarán al flujo del negocio.

3.8 Operaciones

RED-PESCAHN representará el brazo comercial de sus 23 organizaciones socias y será responsable de facilitar la logística de almacenamiento y comercialización recibiendo utilidades por un margen de ventas negociadas con sus socios que permita cubrir sus costos de operación y crecer en su operación. RED-PESCAHN retroalimentará a sus organizaciones socias las exigencias de sus clientes referentes a presentación, calidad y precios, los ajustes correspondientes se realizarán al interno de las organizaciones socias, en casos especiales RED-PESCAHN analizará subcontratar algún servicio de maquilaje si fuera necesario. El objetivo de transferir la responsabilidad a sus organizaciones socias es permitir el crecimiento de fuentes de empleo al interior de estas, y promover el valor agregado de sus productos.

RED-PESCAHN será responsable de velar que los productos comercializados se capturen bajo los parámetros de prácticas responsables, trazabilidad y calidad, estableciendo estrategias para consolidar relaciones responsables de mercado que garanticen el éxito de este plan empresarial.

Las operaciones productivas de 23 organizaciones de pescadores implican una operación de captura y colección en más de 40 comunidades costeras con una población en su mayoría Garífuna y Miskita.

La actividad productiva priorizará la pesca de pequeña escala para el almacenamiento y comercialización de al menos 108,000 libras por año de pescado rojo, 36,000 libras por año de pescado blanco o segunda, 36,000 libras por año de pescado blanco tipo Robalo, 32,000 libras por año de jaiba, 32,000 libra por año de Camarón, 18,000 libras por año de langosta haciendo un total de 262,000 libra de producto por año

3.9 Transporte

El transporte de los productos desde las organizaciones hasta los centros de acopio será responsabilidad de las organizaciones, RED-PESCAHN podrá subcontratar un servicio y establecer rutas y días de recepción de acuerdo con las negociaciones de precios

con las organizaciones, promoviendo bajar los costos con estas prácticas siempre y cuando sea económicamente posible y se garantice un buen manejo de los productos.

El transporte entre centros de acopio y el transporte centros de acopio a los restaurantes y supermercados será responsabilidad de RED-PESCAHN para lo cual el gerente deberá establecer acuerdo con los clientes para negociar los volúmenes de venta, días de entrega y así mismo poder subcontratar el servicio de transporte de acuerdo a la necesidad existente.

IV PRODUCTOS Y SERVICIOS

4.1 Productos

El éxito de este plan empresarial esta centrado en el respeto de las buenas prácticas de pesca y la buena administración del recurso marino costero. Este plan está diseñado para no incrementar la presión en las especies ya sobreexplotadas basándose en cuotas de captura establecidas en los planes de manejo pesquero vigentes en las zonas de capturas, multipesquería y comercialización de especies poco aprovechadas en las zonas como Jaiba, Bagre y Tilapia Silvestre.

Las especies de mariscos que serán comercializados por RED-PESCAHN son pescado fresco rojo y blanco, el cual es un producto compartido por las 23 organizaciones de pescadores ya que todas lo capturan con algunas diferencias de especies y épocas entre sí, sin embargo es el producto que generar mayor volumen de compra. En el caso de la jaiba azul existen tres sitios de captura identificados con alto potencial, La laguna de Caratasca, La Laguna de Los Micos y Santa Rosa de Aguan esta especie, en la laguna de Caratasca según los muestreos biológicos realizados como base para establecer las cuotas de captura, el recurso es bastante abundante. En el caso de la langosta y camarón las zona de mayor captura es en la región de La Moskitia sin embargo el Rio Esteban Colón es comercializada por la organización Delfines del Caribe y en Puerto Cortés por la organización COOPESCOL ambas socias de RED-PESCAHN

4.1.1 PESCADO FRESCO ROJO Y BLANCO

En el mercado la calidad y precio del pescado es definida por su color (pez blanco o pez rojo), y por las condiciones de almacenamiento, situando al pescado rojo con un mayor precio respecto al blanco y el pescado fresco con un mayor precio respecto al

congelado, por ello este plan empresarial se orienta a la comercialización del pescado en estado fresco en hielo preservado en temperaturas de 4°C.

Para la recepción del pescado fresco en el centro de acopio de RED-PESCAHN, es de suma importancia verificar la calidad del mismo, por lo que se realizara pruebas organolépticas que permitan determinar su frescura, en estas pruebas se verifica el olor, la firmeza de la carne, el brillo de los ojos, el color de las agallas, y es estado de las escamas. Además, cada uno de los pescados deberán cumplir con la talla mínima de captura de acuerdo con la especie, establecidas el plan de manejo pesquera. Luego se procederá a la desinfección con cloro en una concentración entre 10 a 50 ppm; empacándolo y almacenándolo en bolsas de 20 libras o en la presentación que solicite al cliente.

4.1.2 Jaiba fresca en hielo

A diferencia del pescado la jaiba es un producto estacionario que depende de vedas establecidas por DIGEPESCA, se han identificado tres sitios de alto potencial para la producción comercial jaiba (Kaukira, Marión y Santa Rosa de Aguan).

La recepción de jaiba comienza verificando que cumpla con el estándar mínimo de tamaño de 14 cm de espina a espina; luego se verifica que cada jaiba este completa, limpia y fresca sometándolo a pruebas organolépticas para verificar el olor, firmeza de la carne brillo de su caparazón, de acuerdo a la solicitud del cliente se empaca y se almacena para realizar su comercialización

4.1.3 Cola de Langosta y Camarón

La extracción de la langosta comercial en su mayoría es realizada en la plataforma marina frente a Moskitia hondureña, de donde más de 90% de los volúmenes anuales están extraídos. Esta operación aprovechará otros sitios de importancia comercial menor, pera más accesibles para los pescadores artesanales

La recepción de cola de langosta comienza verificando que cumpla con el estándar mínimo de tamaño de 16 cm de larga; luego se verifica que cada cola este, limpia y fresca sometándolo a pruebas organolépticas para verificar el olor, firmeza de la carne brillo de su caparazón, de acuerdo a la solicitud del cliente se empaca y se almacena para realizar su comercialización

En el caso de la recepción del camarón comienza verificando que cada camarón este, limpio y fresco sometándolo a pruebas organolépticas para verificar el olor, firmeza de

la carne brillo de su caparazón, de acuerdo a la solicitud del cliente se empaqueta diferenciándolo por tallas y se almacena para realizar su comercialización

4.2 Servicios

4.2.1 Marca colectiva

Creación de una marca colectiva que represente sus organizaciones socias

La creación de una marca colectiva representa una oportunidad de identificarse y posicionarse en el mercado esta marca representara el sector de pesca artesanal de la costa norte de Honduras lo que aglomera dos culturas ricas en costumbre y tradiciones como lo son La Miskita, La Garifuna convirtiéndose en un estandarte y punta de lanza para penetrar el mercado hondureño.



4.2.2 Acopio y logística en zonas comerciales

Después de diferentes análisis y ejercicios comerciales realizados por parte de las organizaciones de pescadores socias de RED-PESCAHN se han concluido que la logística de distribución es una gran limitante para el crecimiento económico de las mismas, en respuesta a esta problemática nace RED-PESCAHN con la propuesta de acondicionar tres centros de acopio ubicados estratégicamente, respondiendo a la lógica de distribución de las organizaciones, y apuntando a la ventana amplia de comercio, en tres ciudades de alto consumo como son; La Ceiba, San Pedro Sula y Tegucigalpa.

4.2.3 Consolidación de oferta comercial

Una de las ventajas comerciales que representa RED-PESCAHN es la facilidad de consolidar la producción de 23 organizaciones de la costa norte de Honduras, posicionándola en el mercado con diferentes productos y altos volúmenes de producción.

4.2.4 Estandarización de precios entre los socios.

Actualmente los precios varían considerablemente de acuerdo con la zona de producción lo que permite que intermediarios se aprovechen de estas situaciones, con la creación de RED-PESCAHN se ofrecerán precios justos a los pescadores que permitan incrementar su nivel de ingresos.

Facilitar acceso a financiamiento a las AP.

La generación de registros de ventas y la centralización de la comercialización permitirá evidenciar la capacidad de pago las organizaciones de pescadores facilitando el acceso a financiamiento para las mismas

V ANÁLISIS DE MERCADO

5.1 Mercado objetivo

RED-PESCAHN basa su estrategia comercial en campañas publicitarias que asocien la marca colectiva “RED-PESCAHN” con el apoyo a producción artesanal nacional, el fomento de las buenas prácticas de pesca y trazabilidad.

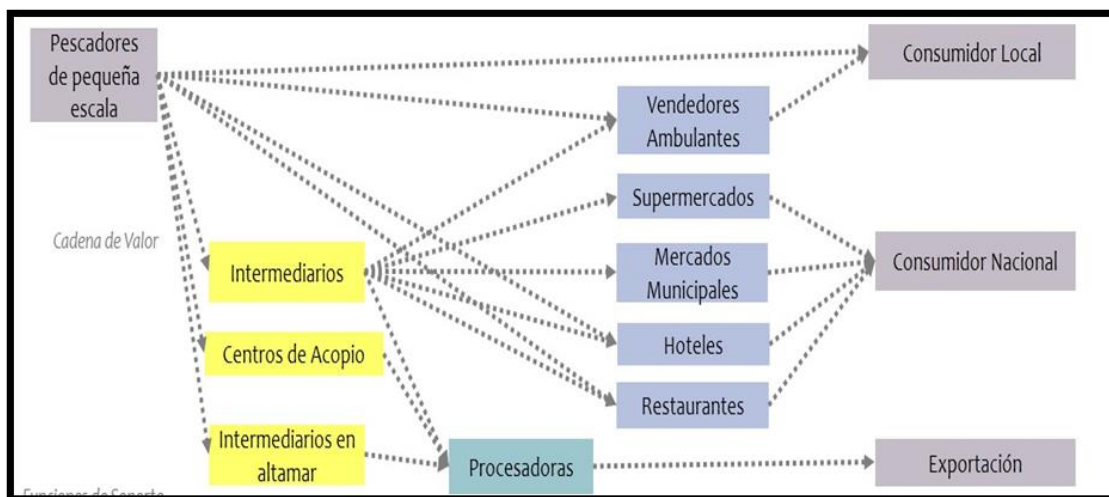
Las ventas serán orientadas a dos diferentes sectores de mercados como ser: ventas al detalles, y ventas a mayoristas; las ventas al detalle representaran un 30%, y las ventas a mayoristas representaran un 70% de las ventas totales; las primeras se realizaran canalizando el producto a través de las dos salas de ventas, las cuales serán promocionadas en las redes sociales por medio de la página web www.redpescahn.com. para la distribución se realizará a nivel presencial en los puntos de ventas o utilizando las plataformas de entregas a domicilios ya existentes como HUGO y GLOVO y cobros en línea por medio de la pasarela de pagos de visa y mastercard.

Las ventas a mayoristas representan el volumen comercial más alto y estas apuntaran a construir relaciones fuertes con los Supermercados y restaurantes aledaños a las ciudades de Tegucigalpa, San Pedro Sula y La Ceiba. se realizarán con un servicio personalizado estableciendo cuotas de entregas en los supermercados y restaurantes, como Wal-Mart y La Colonia, los cuales muestran un alto interés en hacer acuerdos de compra con múltiples productos y en diferentes presentaciones. La oportunidad de

ambas cadenas de supermercado provocaría el desarrollo de un mercado para especie nueva como Kawasha, bagre y subproductos como filetes, chuletas, y cabezas de pescado.

5.2 Evaluación del mercado

Mercado nacional: Según la Valoración del estudio del Sistemas de Mercado de la pesca artesanal en la costa del Atlántico de Honduras (GOAL 2016), los agentes del mercado nacional demuestran que hay un vacío significativo en el suministro de productos de marisco hondureño al mercado local. Esto obliga a las compañías para importar productos de proveedores en Canadá, Asia, etc para suministrar demanda local. WalMart, por ejemplo, importa más de 40% de sus inventarios de marisco anuales en Honduras. El estudio realizado por GOAL en 2016 también reveló que los exportadores fallan en mantener o crecer en su volumen de ventas debido a la carencia de proveedores confiables de mariscos de calidad.



El mercado alimentario hondureño está dominado por dos cadenas supermercados las cuales poseen al menos 89 tiendas localizadas en los centros urbanos importantes del país. Wall-Mart opera con 50 tiendas y La Colonia 39 tiendas. Estos supermercados atienden un segmento cada vez más grande de la población y muestran un alto interés en comercializar más productos de pescadores hondureños.

La demanda de estos productos es muy alta la cual no se suple por completo debido a que no existe en la zona un sistema integral de calidad y manejo del producto; también las empacadoras existentes en el litoral tienen un mercado internacional y no se distribuye el producto terminado a nivel nacional. Además, un gran porcentaje de

pescadores artesanales no están totalmente equipados, lo que causa que estos vendan a intermediarios su faena.

El consumo de pescado y derivados es de todo el año, aunque hay temporadas de mayor como son: semana santa y feriados extendidos, aunque esto no marca un parámetro definido, ya que los mariscos son parte de dieta alimenticia de los hondureños en especial el pescado entero y filete.

5.3 Precios

En Honduras el precio de los mariscos está determinados por la oferta y demanda del producto situando sus picos altos en temporadas altas de consumo como ser semana santa y el feriado Morazánico. La tabla de abajo está basada en la tendencia de precios durante el último año 2019. El modelo financiero que acompaña este plan empresarial utiliza los precios dados abajo.

Tabla 3 proyección de precios de venta.

PRODUCTO	Unidad	L.
Pescado fresco de Rojo	Libras	55.00
Pescado Fresco Blanco	Libras	35.00
Robalo	Libras	42.00
Jaiba	Libras	30.00
Camarón	Libras	95.00
Langosta	Libras	250.00

VI PLAN de OPERACIONES

La relación que el proyecto MiPesca ha desarrollado entre las asociaciones de pescadores artesanales a lo largo de los departamentos costeros de Cortés, Atlántida, Colon y Gracias un Dios será la base para desarrollar la red de proveedores de REDPESCAHN. El canal logístico propuesto tendrá un beneficio importante para los pescadores artesanales propiciando mejor aprovechamiento de pico altos de captura, accediendo a mejores precios y diferenciando sus productos en el mercado.

6.1 Centros de venta y acopio

La operación consta de facilitar el acopio y comercialización de sus productos pequeños en tres centros de acopio localizados en La Ceiba, Puerto Cortes y Tegucigalpa. Los productos de la zona costera de Gracias a Dios, Colón y Atlántida serán entregados en La Ceiba canalizando de acuerdo con la demanda al centro de acopio de Tegucigalpa. Tres funciones principales serán llevadas a cabo por los centros de acopio: facilitar la administración de cadena fría, revisión de calidad de producto (conformidad con estándares de calidad y trazabilidad) y cuantificación de producto recibido.

6.2 Control de calidad

Un sistema de control de la calidad será operationalized de acuerdo con HACCP (Hazard Valoración y Puntos de Control Crítico) estándares para seguridad alimentaria y también en conformidad con el propuesto traceability sistema. Cada etapa de la cadena de suministro de capturar a la entrega a la cliente final caerá bajo este sistema de control de la calidad.

Desde entonces 2016, el gobierno hondureño ha creado un nacional traceability sistema. Del 1st enero 2018 es ahora obligatory para cada compañía de producción alimentaria a comply nacional traceability requisitos. A través de esta inversión y con el soporte del IDB - Mi Pesca Programa, cada fisher, FA, y Compañía de Colección será asistida a comply con el estableció procedimientos del Nacionales Traceability Sistema. Además esta inversión colaborará con esfuerzos por OBJETIVO, WWF, IUCN y las autoridades hondureñas para establecer Marinas Stewardship Certificación de Consejo para escala pequeña clave fisheries cadenas de valor en la costa Del norte de Honduras.

Quaity Las inspecciones serán ontinuonos en cada etapa de la cadena fría del punto de capturar al punto de venta. Estas inspecciones serán planeadas cuidadosamente para evitar retrasos innecesarios a la entrega de producto. La inspección será muestreo aleatorio representativo. Los lotes que fallan para conocer el estándar requerido será probado en detalle, producto discarded como control apropiado y adicional mide puesto en sitio. Organoleptic Prueba basado en visual inspeccion, tacto, el olor y el gusto serán emprendidos routinely para determinar calidad de producto.

Procesing Y manejando de producto comply con los estándares de seguridad requirieron para cada de los mercados en qué lo será comercializado; en el caso de peces, cangrejo, langosta y gamba que será exportado a los Estados Unidos, la Unión europea, Canadá, y las Islas de Caribe comply con el HACCP Estándares. El FDA en los Estados Unidos, SANCO en la Unión europea, La Agencia de Inspección Alimentaria (CFIA) en Canadá y DIGESA en la República Dominicana requiere este estándar como requisito sanitario. En el caso de medusas y pepino de mar, estos serán comercializados en China y Hong Kong y potencialmente otras ubicaciones en Asia, los cuales piden el certificado sanitario del país del origen en este caso emitido por SENASA. Es importante de mencionar que todos los productos serán procesados en las COMIDAS CONGELADASes plantar cuál es complies con las Prácticas de Fabricación Buenas (GMP) estándar y está certificado para exportación por SENASA. En el caso deln ational mercado (Wal-mart y Super mercados La Colonia) emplean sus controles de seguridad alimentarios adicionales propios y proceso de certificación para proveedores.

VII EXPECTATIVA FINANCIERAS

1.1. Suposiciones claves

- ✓ habrá al menos ocho meses por año de pesca eficaz tomando en cuenta periodos climáticos extremos y las vedas en algunos productos como jaiba, langosta y camarón.
- ✓ Las organizaciones de pescadores cuentan con mucha experiencia y están muy motivados para desarrollar este negocio.
- ✓ El modelo financiero estima un crecimiento anual de 3% a partir del segundo año tomando en cuenta la consolidación de proveedores y el afinamiento de la logística de entrega y recibo, disminuyendo con esto el rechazo.

La inversión propuesta total para este plan empresarial es EE.UU. **\$2,600,614**. De esta el proyecto MiPesca invertirá EE.UU.\$2,100,014, y se realizara una contrapartida de n EE.UU.\$300,000 Althelia la inversión será distribuida encima cuatro años, en el primer año una inversión de EE.UU.\$1,114,700 será hizo dirigido hacia varias líneas de inversión.

- Inversión de EE.UU.\$282,200 para condicionar instalaciones de procesamiento para carne de cangrejo, cangrejo congelado, pepino de mar, jellyfish, pez fresco y congelado.
- El proyecto invertirá EE.UU.\$142,500 para equipamiento de logísticas para coger langosta y el pez fresco que incluye dos hielo quehace máquinas, insulated cubos, uno grúa manual y un pez chiller.
- EE.UU.\$50,000 para construcción de alojamiento básico para fishers en el Misquito Cays.
- Capital laborable inicial de EE.UU.\$495,400 wil lbe invertidos para proporcionar capital laborable, sueldos y salarios, licencias y permisos.
- Yonvestment de EE.UU.\$30,000 para certification y búsqueda relacionada.

Un total de EE.UU.\$ 300,000 será invertido por el SPV y emparejando con un inkind contribución de subvención de EE.UU.\$200,000 de OBJETIVO/IDB para cubrir los costes de servicios de OBJETIVO asociaron con facilitación de proyecto, establecimiento de traceability sistema, controlando y evaluación y asistencia técnica.

Se proyecta un acopio de 2,700 libras semanales de pescado rojo y 2,025 libras de pescado blanco Y 2,025 destinadas para filetear haciendo un total de 6,750 libras. Se tomo en cuenta que de la 2,025 libras para filetear se tendra un 48% de rendimiento lo que regleja una disponibilidad de 972 libras de filete semanales para ofrecer a los supermercados.

Se estima una produccion de ocho meses durante el año previendo el estado climatico que afecta la actividad pesquera.

7.1 Proyección de acopio de pescado rojo y blanco para los primeros 5 años.

PRODUCTO	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
Pescado fresco de Rojo	0	111,240	122,364	134,600	148,060	162,866
Pescado Fresco Blanco	0	83,430	91,773	100,950	111,045	122,150
Filete de pescado	0	40,046	44,051	48,456	53,302	58,632
TOTAL	0	234,716	258,188	284,007	312,408	343,648

7.2 Proyección de ventas.

Las ventas estan proyectadas tomando en cuenta un 3% de perdidas por calidad, daños mecanicos y deshidratacion.

PRODUCTO	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
Incremento anual (%)			10%	10%	10%	10%
Pescado fresco de Rojo	0	108,000	118,800	130,680	143,748	158,123
Incremento anual (%)			10%	10%	10%	10%
Pescado Fresco Blanco	0	81,000	89,100	98,010	107,811	118,592
Filete de pescado	0	38,880	42,768	47,045	51,749	56,924
TOTAL	0	227,880	250,668	275,735	303,308	333,639

7.3 Proyección de ingresos.

PRODUCTOS	AÑO				
	1	2	3	4	5
Pescado fresco de Rojo					
Precio unitario (L)	39.00	40.95	43.00	45.15	47.40
Cantidad (u)	108,000.00	118,800.00	130,680.00	143,748.00	158,122.80
SUBTOTAL 1	4,212,000.00	4,864,860.00	5,618,913.30	6,489,844.86	7,495,770.82
Pescado Fresco Blanco					
Precio unitario (L)	28.00	29.40	30.87	32.41	34.03
Cantidad (U)	81,000.00	89,100.00	98,010.00	107,811.00	118,592.10
SUBTOTAL INGRESOS 2	2,268,000.00	2,619,540.00	3,025,568.70	3,494,531.85	4,036,184.29
Filete de pescado					
Precio unitario (L)	82.00	86.10	90.41	94.93	99.67
Cantidad (U)	38,880.00	42,768.00	47,044.80	51,749.28	56,924.21
SUBTOTAL INGRESOS 3	3,188,160.00	3,682,324.80	4,253,085.14	4,912,313.34	5,673,721.91
TOTAL INGRESOS L.	9,668,160.00	11,166,724.80	12,897,567.14	14,896,690.05	17,205,677.01
Tasa Anual Ponderada de Crecimiento		15.50%	15.50%	15.50%	15.50%

7.4 Costos financiero.

Se calculo el costo financiero tomando en cuenta el capital de trabajo necesario para arrancar el negocio.

Monto a financiar	101,385.02	
Tiempo de préstamo	5	
unidad de tiempo	Años	
tasa de interés por unidad de tiempo	19%	
CUOTA CONSTANTE	33,157.99	2,763.17

Año	1	2	3	4	5
Cuota constante	33,157.99	33,157.99	33,157.99	33,157.99	33,157.99
Amortización de capital	13,894.83	16,534.85	19,676.47	23,415.00	27,863.86
Intereses	19,263.15	16,623.14	13,481.51	9,742.98	5,294.13
Saldo	87,490.19	70,955.33	51,278.86	27,863.86	0.00

7.5 Costo de Producción.

7.6 Flujo de caja del negocio.

CONCEPTO	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		9,668,160.00	11,166,724.80	12,897,567.14	14,896,690.05	17,205,677.01
Costos producción		8,936,230.18	10,321,345.85	11,921,154.46	13,768,933.40	15,903,118.08
Costos administración		62,400.00	72,072.00	83,243.16	96,145.85	111,048.46
Depreciación		182,960.87	182,960.87	182,960.87	182,960.87	182,960.87
Intereses		19,263.15	16,623.14	13,481.51	9,742.98	5,294.13
Costos Operativos		9,200,854.20	10,593,001.86	12,200,840.00	14,057,783.10	16,202,421.54
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	0.00	467,305.80	573,722.94	696,727.14	838,906.95	1,003,255.47
Impuestos	0.00	116,826.45	143,430.74	174,181.79	209,726.74	250,813.87
UTILIDAD NETA	0.00	350,479.35	430,292.21	522,545.36	629,180.21	752,441.61
Depreciación		182,960.87	182,960.87	182,960.87	182,960.87	182,960.87
Inversión inicial	-1,890,801.63					

Inversión capital de trabajo	-219,521.46					219,521.46
Préstamo	101,385.02					0.00
Amortización de préstamo	0.00	-13,894.83	-16,534.85	-19,676.47	-23,415.00	-27,863.86
Valor de desecho (residual)						213,335.88
FLUJO DE CAJA	-2,008,938.07	519,545.39	596,718.22	685,829.75	788,726.07	1,340,395.96

INDICADORES	Valor
VAN (12%)	680,628.26
TIR	22.94%
Recuperac.Invers. (meses)	48
Relación B/C	1.05

VIII. ANEXOS