PROYECTO: Invernadero de rosas

Cultivo de Rosa Roja y Tomate *Grape*

Nombre del Emprendedor: Edgar Villegas Luján

Resumen ejecutivo

- **Descripción del negocio**

Hidrocultivos de Parral tiene como principal actividad el cultivo, corte y comercialización de la rosa roja, además de tomate *grape*. Puede considerarse a esta empresa como agroindustrial, pues dentro de su proceso de producción, existe el tratamiento e industrialización para la venta de estos productos.

El cultivo de la rosa roja y tomate *grape* se hacen en invernadero, donde se contempla un proceso de producción y estándares de calidad que abarcan el tiempo de cultivo, corte, tratamiento y empaque, así como la logística de distribución.

- **Descripción del producto o servicio (en caso de ser innovador mencionar por qué o enunciar sus ventajas competitivas)**

Los rosales *floribunda* presentan flores en racimos, de las cuales algunas pueden abrirse simultáneamente. Las flores se presentan en una amplia gama de colores: rojo, blanco, rosa, amarillo, lavanda, etc., con diversos matices y sombras. Éstas nacen en tallos espinosos y verticales.

El tomate es una planta anual, pero a veces puede perdurar más de un año en el terreno. Los tallos son ligeramente angulosos, semileñosos, de grosor mediano (cercano a 4 cm en la base) y con tricomas simples y glandulares.

- **Mercado y segmentos más rentables (ventas estimadas)**

La comercialización o venta de rosa roja y tomate grape van dirigidos a intermediarios, comerciantes y público en general, con el objetivo de ofrecer producto parralense de calidad y buen precio; así como discutir las necesidades, ventajas y oportunidades de un proyecto novedoso y empresarial en la región.

	Ventas Anuales en Dinero				
Producto / Servicio	1	2	3	4	5
Rosa Roja (Piezas)	378,000	422,202	481,397	548,891	625,848
Tomate Grape (kilogramos)	894,240	1,012,405	1,154,319	1,316,181	1,500,712
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
Total	1,272,240	1,434,607	1,635,716	1,865,072	2,126,560
Aumento porcentual	-	12.76%	14.02%	14.02%	14.02%

- **Estrategias de penetración en el segmento de mercado**

Establecer un convenio de asociación por escrito con los clientes potenciales de la región para poder ser identificados como una empresa parralense capaz de abastecer y cumplir con las expectativas de los clientes, en cuanto a calidad, tiempo de vida, frescura, precio y atención.

Lo cual avalará el reconocimiento y credibilidad del emprendedor, ya que éste es conocido por su lealtad, honestidad y responsabilidad a la hora de trabajar.

- **Precio de venta estimado del producto o servicio.**

Tomando el precio promedio establecido por el mercado, donde para el año 2010 se distingue el precio por unidad de la rosa roja de $6°° aproximadamente. Ahora bien, considerando desde un análisis general el costo promedio de producción rosa roja, se puede observar que el costo aproximado de producción de las unidades es de $3.6 pesos. Entonces tomando en cuenta el costo promedio de producción y el precio del producto en el mercado de $6 a $7 la pieza, se observa un margen de utilidad de 45% ante el precio de mercado del borrego sin registro de asociación, es decir el precio mínimo en el mercado.

- **Mencione la competencia del negocio, directa e indirecta**

El principal competidor para Hidrocultivos de Parral, son los productores ubicados en regiones del Estado de México (Xochimilco, Distrito Federal; Texcoco y Atlacomulco); en el Estado de Michoacán (Cuautla y Cuernavaca); en el Estado de Hidalgo (San Felipe de los Alzati y Mineral El Chico); en el Estado de Puebla (Zinacantán) y Chiapas (Aquixtla y Tecamachalco). En algunos, como el estado de Hidalgo la superficie de invernaderos esta atomizada, con muchos pequeños productores, más de 700 en unas 50 hectáreas

- **Análisis FODA del negocio (sólo Fortalezas, Debilidades)**

Fuerzas	Debilidades
La vida de anaquel de los productos es mayor	No se ha establecido la estrategia de distribución para atender otros mercados
Cercanía con el mercado	No se tiene la capacidad de producción que iguale la demanda local
Garantía de devolución en mucho menor tiempo	Desfasado el tiempo de plantación
El conocimiento y experiencia de la región	La infraestructura no se encuentra completa
Costos de producción mínimos	Capacidad de ampliación
El precio es menor a la competencia	

Oportunidades	Amenazas
No existen competidores cercanos	El precio de mercado del tomate varia mensualmente
La producción en invernadero es óptima en comparación a la del campo	Los competidores tienen capacidad de acaparar al cliente final
La semilla de tomate tiene un costo mínimo	El clima extremoso, sobre todo en invierno
El mercado se encuentra insatisfecho: calidad, precio, tiempo de vida.	Que la rosa roja pase de "moda"
No existen competidores directos	

- **Evaluación del proyecto TIR y VPN**

Resultados de la Valuación	
Valor Presente Neto (VPN)	$3,934,899
Tasa Interna de Rendimiento (TIR)	77.17%
TIR Modificada (TIRM)	62.50%
Índice de Rentabilidad (IR)	5.89
Relación Costo-Beneficio (C/B)	0.17
Periodo de Recuperación (PR)	2.42 años
Valor Presente Neto de los Propietarios (VPNP)	$3,222,377
Valor Presente Neto Ajustado (VPNA)	$3,149,211
Costo Promedio Ponderado de Capital	14.44%