



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

**Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí**

**Comportamiento de las exportaciones de café de la Uca-Miraflor (Unión de cooperativas multisectoriales héroes y mártires de Miraflor R.L), durante el ciclo 2020-2021 con respecto al ciclo 2019-2020, en la ciudad de Estelí**

Trabajo de seminario de graduación para optar

al grado de

**Licenciatura en Economía**

**Autores**

Alondra Yelitza Torres Rugama

Edwin Omar Rodríguez González

Ana Yanci Rivera Castellano

**Tutor**

MSc. Orlando Zeledón Zeledón

Estelí, 28 de Enero de 2022





## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de tesis a Dios porque ha estado con nosotros en cada uno de nuestros pasos cuidándonos, dándonos fortaleza y salud para continuar, a nuestros padres quienes a lo largo de nuestra vida han velado por nuestro bienestar y educación siendo esto nuestro apoyo incondicional en todo momento, quienes han depositado su entera confianza en cada reto que nos proponemos sin dudar ni un solo momento de nuestra capacidad e inteligencia para lograr lo que ahora somos.



## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, darle Gracias a Dios porque nos brinda mucha salud y sabiduría, siendo lo importante, durante este proceso investigativo y por estar con nosotros en cada paso que damos.

Agradecemos a nuestra familia por el apoyo incondicional en todo momento, sin su esfuerzo nada de esto hubiese sido posible.

De igual manera nuestro más sincero agradecimiento al MSc. Orlando Zeledón por compartir de sus conocimientos con nosotros y apoyar nuestro tema seleccionado.

A la Unión de cooperativa UCA-Miraflor por abrirnos sus puertas y brindarnos de sus servicios.

Sin más que agregar nuestra más sincera gratitud.



## Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

2022: "Vamos por más victorias educativas"

Estelí, 06 de marzo de 2022

### CONSTANCIA

Por este medio estoy manifestando que la investigación: **Comportamiento de las exportaciones de café de la Uca-Miraflor (Unión de cooperativas multisectoriales héroes y mártires de Miraflor R.L), durante el ciclo 2020-2021 con respecto al ciclo 2019-2020, en la ciudad de Estelí**, cumple con los requisitos académicos de la clase de Seminario de Graduación, para optar al título de Licenciatura en Economía.

Los autores de este trabajo son los estudiantes: Alondra Yelitza Torres Rugama, Edwin Omar Rodríguez González, Ana Yanci Rivera Castellano; y fue realizada en el II semestre del año 2021, en el marco de la asignatura de Seminario de Graduación, cumpliendo con los objetivos generales y específicos establecidos, que consta en el artículo 9 de la normativa, y que cumple con un total de 60 horas permanentes y 240 horas de trabajo independiente.

Considero que este estudio será de mucha utilidad para la carrera de Economía, la comunidad estudiantil y las personas interesadas en esta temática.

Atentamente,

---

MSc. Orlando Zeledón Zeledón  
FAREM-Estelí, UNAN-Managua

Cc/Archivo.

## RESUMEN

La presente investigación analiza el comportamiento de las exportaciones de café en el ciclo 2020-2021 con respecto al ciclo 2019-2020, con relación a las afectaciones de los factores externos e internos. Este estudio compara el flujo de las exportaciones, determina la participación económica, identifica los factores externos e internos que afectan el comportamiento de las exportaciones por parte de la cooperativa y propone estrategias que aporten al incremento de las exportaciones de café.

Según su enfoque es mixta porque se describen aspectos cualitativos como el proceso productivo del café. En el aspecto cuantitativo por que se obtiene información estadística sobre las exportaciones de ambos ciclos, y el método que se utilizo es deductivo. El tipo de muestra es probabilística basado en muestreo probabilístico aleatorio simple porque se empleó un procedimiento aleatorio y el instrumento de recolección de la información que se aplico fue la encuesta.

Los resultados que se mostraron dándole salida a los objetivos específicos, los datos antes mencionados permitieron dar paso a la propuesta de estrategias aplicables para la mejora de procesos productivos, administrativos y comerciales, que son la clave para conservar los destinos de exportación del café, a través de buenas prácticas de cultivo, organización y dirección, importantes para definir la aceptación del mercado externo.

Finalizando con la investigación la hipótesis que se planteó al iniciar esta investigación es que las exportaciones de café de la UCA-Miraflor aumentan con el impacto de los factores externos e internos, lo cual la hipótesis se acepta, por lo tanto los resultados que se obtuvieron al analizar ambos periodos confirman estadísticamente que las exportaciones tuvieron un aumentos a pesar de las afectaciones de los factores externos e internos.

**Palabras claves:** Flujo de las exportaciones, participación económica, factores externos e internos y estrategias económicas.

## ABSTRACT

This research analyzes the behavior of coffee exports in the 2020-2021 cycle with respect to the 2019-2020 cycle, in relation to the effects of external and internal factors. This study compares the flow of exports, determines the economic participation, identifies the external and internal factors that affect the behavior of exports by the cooperative and proposes strategies that contribute to the increase in coffee exports.

According to its approach, it is mixed because qualitative aspects such as the coffee production process are described. In the quantitative aspect, because statistical information is obtained on the exports of both cycles, and the method used is deductive. The type of sample is probabilistic based on simple random probabilistic sampling because a random

procedure was used and the instrument for collecting the information that was applied was the survey.

The results that were shown giving rise to the specific objectives, the aforementioned data allowed to give way to the proposal of applicable strategies for the improvement of productive, administrative and commercial processes, which are the key to conserving the export destinations of coffee, to through good practices of cultivation, organization and management, important to define the acceptance of the external market.

Concluding with the investigation, the hypothesis that was raised at the beginning of this investigation is that the coffee exports of the UCA-Miraflor increase with the impact of external and internal factors, which the hypothesis is accepted, therefore the results that were obtained When analyzing both periods, they statistically confirm that exports had an increase despite the effects of external and internal factors.

**Keywords:** Flow of exports, economic participation, external and internal factors and economic strategies.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1. ANTECEDENTES .....	3
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
2.1. Caracterización general del problema.....	5
2.2. Preguntas de investigación .....	6
3. JUSTIFICACIÓN.....	7
4. OBJETIVOS .....	9
4.1. Objetivo general .....	9
4.2. Objetivos específicos.....	9
5. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	10
5.1. Exportaciones .....	10
5.2. Importancia del rubro de café para Nicaragua.....	15
5.3. Mipymes .....	20
5.4. Estrategias económicas.....	31
6. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN .....	39
6.1. Variable dependiente.....	39
6.2. Variable independiente.....	39
7. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	40
8. DISEÑO METODOLOGICO .....	43
8.1. Tipo de investigación.....	43
8.2. Área de estudio .....	43
8.3. Poblacion y muestra .....	45
8.4. Métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos .....	46
8.5. Etapas de la investigación.....	47
9. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	49
9.2. PROPUESTA DE ESTRATEGIAS.....	67
9.2.1. FODA.....	67

9.2.2. Estrategias que mejoren las exportaciones de café en la UCA-Miraflores	68
10. CONCLUSIONES .....	71
11. RECOMENDACIONES .....	73
12. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	74
13. ANEXOS .....	75
13.2. GUIA DE OBSERVACION DE PROCESOS DE EXPORTACION.....	75

### ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Cargo que desempeñan .....	49
Gráfico N° 2 Años de trabajar en la UCA- Miraflores .....	50
Gráfico N° 3 Productores que entregan café directamente a la UCA.....	50
Gráfico N° 4 Sexo de los productores .....	51
Gráfico N° 5 Edad de los productores .....	52
Gráfico N° 6 Años de entregar café a la UCA .....	53
Gráfico N° 7 Quintales entregado a la UCA en ambos ciclos.....	53
Gráfico N° 8: Quintales entregado a la cooperativa en el ciclo 2020-2021 .....	54
Gráfico N° 9 Comparación entre ambos ciclos.....	55
Gráfico N° 10 Cantidad de café que acopiaron en ambos ciclos .....	56
Gráfico N° 11 Quintales de café que exportaron en ambos ciclos .....	56
Gráfico N° 12 Precio al que se exportó .....	57
Gráfico N° 13 Precio liquidado a los productores en el ciclo 2019-2020 .....	58
Gráfico N° 14 Precio al que se liquidó a los productores en el ciclo 2020-2021 ...	59
Gráfico N° 15 Cantidad de café a destinos de exportación .....	60
Gráfico N° 16 Qué han generado las ventas en la cooperativa.....	60
Gráfico N° 17 Cualidades que debe de tener el café al importador.....	61
Gráfico N° 18 Tipo de café que entregan a la cooperativa.....	62
Gráfico N° 19 Factores que afectan el proceso de exportación .....	63
Gráfico N° 20 Tipo de certificación .....	64
Gráfico N° 21 Cantidad de café vendido según su calidad .....	65
Gráfico N° 22 Estrategias de acopio .....	66

### ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Qué cargo desempeñan los funcionarios? .....	86
Tabla 2: ¿Cuántos años tiene de trabajar en la UCA? .....	86
Tabla 3: ¿Cuántos productores le entregan café a la UCA? .....	86

Tabla 4: Sexo de los productores.....	87
Tabla 5: Edad de los productores.....	87
Tabla 6: Años de trabajar en la UCA.....	87
Tabla 7: Quintales entregado en el ciclo 2019-2020 .....	87
Tabla 8: Quintales entregado en el ciclo 2020-2021 .....	88
Tabla 9: Comparación entre ambos ciclos .....	88
Tabla 10: Cantidad de café acopiado en ambos ciclos .....	88
Tabla 11: Cantidad de café que se exportó en ambos ciclos .....	88
Tabla 12: Precio al que se exportó el café de la cooperativa .....	89
Tabla 13: Precio al que se liquidó el café a los productores en el ciclo 2019-2020 .....	89
Tabla 14: Precio al que se liquidó el café a los productores en el ciclo 2020-2021 .....	89
Tabla 15: Cantidad de café comercializada según el destino de exportación .....	89
Tabla 16: ¿Qué han generado las ventas de café en la UCA? .....	90
Tabla 17: Cualidades que debe de tener el café al importador .....	90
Tabla 18: Tipo de café que entrega la UCA: .....	90
Tabla 19: Factores que afectan el proceso de exportación al mercado externo ...	90
Tabla 20: Tipo de certificación que exportan.....	91
Tabla 21: Café vendido según su calidad .....	91
Tabla 22: Estrategias de acopio que tiene la UCA para captar el café a los productores.....	91

## 1. INTRODUCCIÓN

La UCA Mirafior se ha destacado tanto en la ciudad de Estelí como en el mercado externo, con su participación económica a través de las exportaciones de café, este rubro es un generador de empleo y promotor del emprendimiento lo que permite el desarrollo y la estabilidad económica de los pobladores de las comunidades que integran esta zona rural, así como la preservación de los bosques que el café mantiene como parte de su ecosistema.

Debido a esto se ha convertido en un tema de gran interés para este trabajo investigativo por medio del cual se muestra el comportamiento de las exportaciones de café de la UCA Mirafior. La posición geográfica de la reserva natural Mirafior Moropotente permite ampliamente el desarrollo de esta actividad productiva, el comercio de este rubro es una de las principales actividades económicas que contribuye al desarrollo de las comunidades.

La principal interrogante acerca de esto es cuál es el comportamiento de las exportaciones de café de la UCA Mirafior en el ciclo 2019-2020. De los tres estudios encontrados que abordan el tema de las exportaciones en Nicaragua, los cuales están descritos en el primer capítulo, tienen como característica similar el enfoque en el proceso de producción de café.

El objetivo principal de la presente investigación es analizar el comportamiento de las exportaciones de la UCA Mirafior, para dar salida a este objetivo se plantean los objetivos específicos, lo que nos va a permitir proponer estrategias que colaboren con el proceso de las exportaciones de la cooperativa.

Esta investigación dio inicio con la elaboración de la fundamentación teórica la cual está compuesta por cuatro ejes que son: Exportaciones, importancia del rubro del café para Nicaragua, Mipymes y estrategias económicas, donde se abordó la conceptualización, características, importancia, ventajas y desventajas.

El tipo de investigación del presente documento es mixto porque se describen aspectos cualitativos como el proceso productivo del café. En el aspecto cuantitativo por que se obtiene información estadística sobre las exportaciones de ambos ciclos.

Como área de estudio se tomó en cuenta 10 funcionarios de la UCA Mirafior y 105 productores que la integran. El tipo de muestra es probabilística basado en muestreo probabilístico aleatorio simple porque se empleó un procedimiento aleatorio, para su selección se tomó una muestra de 31 productores y 3 funcionarios.

Como parte del objetivo de las estrategias, los datos antes mencionados permitieron dar paso a la propuesta de estrategias aplicables para la mejora de procesos productivos, administrativos y comerciales, que son la clave para conservar los destinos de exportación del café, a través de buenas prácticas de cultivo, organización y dirección, importantes para definir la aceptación del mercado externo.

Finalizando con la investigación la hipótesis que se planteó al iniciar esta investigación es que las exportaciones de café de la UCA-Mirafior aumentan con el impacto de los factores externos e internos, lo cual la hipótesis se acepta, por lo tanto los resultados que se obtuvieron al analizar ambos periodos confirman estadísticamente que las exportaciones tuvieron un aumentos a pesar de las afectaciones de los factores externos e internos.

## 2. ANTECEDENTES

El café es uno de los principales productos que se exportan en nuestro país, el cual representa un alto porcentaje en el PIB Nacional, por tanto existen muchos productores que se enfocan en este importante rubro, siendo objeto de diversos estudios para el análisis de exportación, debido a esto se han encontrado tres tesis de investigación de las licenciaturas de Administración de Empresas en la biblioteca Urania Zelaya de UNAN-MANAGUA, FAREM-ESTELI, relacionado con este tema de investigación “Comportamiento de las exportaciones de café en la UCA-Miraflor (Unión de cooperativas multisectoriales héroes y mártires de Miraflor R.L), durante el ciclo 2020-2021 con respecto al ciclo 2019-2020, en a la ciudad de Estelí”.

La primera tesis de licenciatura es presentada por los autores “María José Montenegro Rivera, Urania María Centeno y Luzmila del Socorro Moreno Rúgame, con su tema de investigación “Proceso de producción para la exportación de café de calidad en la Empresa Familiar Beneficio El Milagro del municipio de San Fernando, Nueva Segovia en el periodo 2016-2017. El objetivo general es Determinar los factores que influyen en el proceso de producción de café y los estándares de calidad que pide el mercado estadounidense, para el diseño de estrategias que incidan en la calidad por la empresa Familiar Beneficio. Tiene como conclusión que debe seguir estrictamente los procesos que utilizan en cada eslabón de la producción de café, para que este pueda obtener la calidad deseada por el cliente final, debe cumplir con los requisitos que piden las certificadoras, así mismo debe realizar cada uno de los procesos de exportación que exige el país exportador y el importador los cuales son una declaración de mercancía, factura proforma, instrucciones de embarque, certificado fitosanitario de Organismo Internacional de Café, como también los tramites en la línea naviera, certificado de origen y factura definitiva. (Rivera, Centeno, & Moreno, 2021)

La segunda tesis de licenciatura es presentada por el autor “Kevin Mendoza Chavarría, con su tema de investigación “Manual de Exportaciones de Café Oro de

Nicaragua hacia los Estados Unidos en el marco del Tratado de Libre Comercio, CAFTA-DR. Su objetivo general es Describir el proceso de exportación de café Oro de Nicaragua hacia los Estados Unidos en el marco del DR-CAFTA. Su conclusión se dio que Nicaragua ha tenido avances muy importantes en materia de exportaciones, en el balance exportador del primer semestre del 2008 sobresale un repunte del 41 por ciento de las exportaciones nacionales y con el que se tiene en vigencia un tratado de libre de comercio (DR-Cafta, por sus siglas en ingles). (Chavarria, 2021)

La tercera tesis de licenciatura es presentada por los autores “Karen Omara Salinas Artica y Noyling Danitza Acuña Hernández con el tema de investigación “Proceso de producción para la exportación de café de calidad al mercado internacional por parte de la empresa CISA Exportadora durante el periodo 2014-2015. Su objetivo general es analizar el proceso de producción de exportación de café de calidad al mercado internacional por parte de la empresa CISA Exportadora, durante el periodo 2014-2015. Su conclusión es que para que la CISA Exportadora pueda exportar su café al mercado internacional, debe cumplir con los requisitos de cada uno de los tostadores le exige, así mismo debe realizar los procesos de exportación que exige el país de exportador y el importador los cuales son una declaración de mercancía y la calidad del café va depender muchas veces de la variedad de la planta, la altura de donde estén ubicados los cafetales, grado de humedad Practicas de las fincas con respecto al café, café de sombra, el corte del café y el beneficio húmedo. (Salinas & Acuña, 2021)

De las tesis consultadas ninguna de ellas coincide directamente con nuestro tema de investigación, por tratarse de una actividad específica de una Unión de cooperativas y sobre un rubro que generalmente las investigaciones son más generales y con enfoques más relacionados a los procesos productivos, es decir que esta se convierte en una investigación precursora del tema de las exportaciones de café de las cooperativas de segundo nivel.

### **3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Factores externos e internos que limitan el proceso de exportación de café en la cooperativa UCA Mirafior en el ciclo 2020-2021 con base al ciclo 2019-2020.

#### **3.1. Caracterización general del problema**

La UCA Mirafior nace en 1992, bajo un modelo cooperativo, fomentando la producción diversificada, agroecológica y la protección del medio ambiente del territorio, logrando en 1994 la declaración de la reserva natural Mirafior Moropotente, siendo esta su área de influencia, integrando también el primer modelo de ecoturismo comunitario de Nicaragua.

Posee 12 cooperativas multisectoriales en el área protegida Mirafior Moropotente con un aproximado de 420 productores, siendo esto de primer nivel que aportan en gran relevancia a las exportaciones del café cumpliendo con los criterios de las más reconocidas certificaciones en el mundo global, comercio justo y orgánico que les permiten garantizar la integridad de la producción de sus asociados asegurando la trazabilidad y la calidad del café que es comercializado a través de la Uca a los mercados externos.

La Unión de cooperativa de café, como la gran mayoría de las cooperativas en nuestro país atraviesa el problema de exportación en sus productos debido a la crisis socio-política y pandemia (covid-19), esta misma reduce la entrada y salida de productos de las fronteras en nuestro país. Así como también disminuye la compra de productos químicos que abastecen el cultivo de café, esto incide a la distribución y calidad de nuestros productos y servicios limitando a la cooperativa a exportar la producción.

Debido a esto se presenta la siguiente interrogante: ¿Cómo ha sido el comportamiento de las exportaciones de café en la cooperativa? Los productores están interesados en obtener más ingreso, pero no cuentan con un plan de inversión efectivo, y siguen entregando la misma cantidad de quintales.

## 3.2. Preguntas de investigación

### **Pregunta general**

- ¿Cómo ha sido el comportamiento de las exportaciones de café en el ciclo 2020-2021 con respecto al ciclo 2019-2020?

### **Preguntas específicas**

- ¿Cómo fue el cambio del flujo de las exportaciones de café de la Uca-Miraflores entre ambos periodos?
- ¿Cómo se integra la cooperativa Uca-Miraflores en las exportaciones de este rubro al mercado externo?
- ¿Cómo afectan los factores externos e internos en las exportaciones de café por parte de la cooperativa Uca- Miraflores?
- ¿De qué manera se beneficiarían la Uca-Miraflores al implementar estrategias que estimulen las exportaciones?

## 4. JUSTIFICACIÓN

El presente documento investigativo toma referencia al comportamiento de las exportaciones de café, siendo uno de los cultivos que ha generado grandes ganancias a lo largo de la historia, representando un alto porcentaje para el PIB en el 2020, por medio de las exportaciones del mismo. En tal sentido se realiza esta investigación enfocada en analizar el comportamiento de las exportaciones de café de la UCA Mirafior en el ciclo base 2019-2020 que corresponde al ciclo actual 2020-2021.

Esta investigación es muy importante para el ámbito del comercio internacional, debido al impacto económico y productivo que simboliza el sector cafetalero para la economía en Nicaragua, representando un porcentaje importante en el PIB nacional.

Por otra parte el sector cafetalero es uno de los pilares más importantes de la economía, sin embargo el cultivo del café esta propenso a los desastres naturales, lo cual afecta directamente la calidad y producción del mismo, como consecuencia esto genera un alza en los precios y una disminución en la oferta que representaría desventajas ante la competencia internacional.

El sector de las exportaciones está directamente relacionado con el exterior por ello cualquier adversidad tendrá un impacto negativo sobre ellas, tal es el caso por el cual atraviesa la sociedad en general con la pandemia del covid-19, porque aparte de afectar nuestra salud representa una amenaza para la exportación del café.

A raíz de estos problemas el equipo de investigación se enfoca en analizar el comportamiento de las exportaciones en el ciclo del 2020-2021, lo que nos va permitir proponer estrategias que colaboren con el proceso de la exportación del café en la UCA-Mirafior.



Por lo tanto, el presente documento servirá principalmente a la Uca Miraflor, a otros productores y exportadores a mejorar y diversificar la producción del café con el objetivo de estimular el volumen y calidad de las exportaciones.

## 5. OBJETIVOS

### 5.1. Objetivo general

Analizar el comportamiento de las exportaciones de café en el ciclo 2020-2021 con respecto al ciclo 2019-2020, con relación a las afectaciones de los factores externos e internos.

### 5.2. Objetivos específicos

- Comparar el flujo de las exportaciones de café entre los ciclos 2019-2020 y 2020-2021.
- Determinar la participación económica por parte de la cooperativa Uca Mirafior en las exportaciones de café al mercado externo.
- Identificar los factores externos e internos que afectan el comportamiento de las exportaciones por parte de la cooperativa.
- Proponer estrategias que aporten al incremento de las exportaciones de café por parte de la cooperativa.

## 6. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 6.1. Exportaciones

En las ciencias económicas la exportación es cualquier bien o servicio el cual es enviado desde un país a otra parte del mundo. Se realiza en condiciones determinadas en donde la complejidad de las distintas legislaciones y las operaciones involucradas pueden ocasionar determinados efectos fiscales. Se trata de una venta que va más allá de las fronteras arancelarias en donde se encuentra instalada la empresa y por tanto las “reglas del juego” pueden cambiar.

La exportación de café va a depender de la mejora de los factores internos, factores que dependen de uno mismo identificarlos y dedicarle los esfuerzos, de esta manera lograr trasladar un producto de calidad al país que se desee. Se puede resaltar también que es de suma importancia tener en cuenta cada paso dentro del proceso de exportación, cumplir con cada requerimiento exigido durante el traslado del producto hacia el país de destino, con la finalidad de concretar la exportación de manera favorable sin inconveniente alguno.

#### 6.1.1. Principales características

La calidad del café está regida en este país por la Norma Técnica Obligatoria Nicaragüense del Café Verde (NTON 03 025-03), la que tiene como objeto establecer las especificaciones, características y métodos de análisis para la comercialización de café, tanto para la exportación como a nivel nacional. Dentro de las especificaciones de estas calidades de café se establecen el color, el secado, la humedad, el tamaño, el escogido y la taza de la calidad y variedad.

El café verde que no reúna ninguno de los tipos de calidad indicados en esta norma, o que por cualquier motivo se considere de calidad inferior, se designará como “calidad según muestra”. Esta norma también establece los parámetros con los que se calculan los números de defectos del café, factor importante para la clasificación

de este grano. En el país hay tres laboratorios que controlan la calidad de café, certificando el café según su calidad.

Estos laboratorios son aprobados y certificados para operar como tales por el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC); los laboratorios son: CERCAFENIC, BAGSA y AGROFORMA. En los tres casos, el laboratorio toma una muestra de 500 gr. como máximo, para el análisis físico-químico y húmedo, de acuerdo a lo prescrito en la Norma Técnica de Muestreo de Granos Comerciales (NTON 03 028-99). Para que un saco de café pueda ser exportado, el exportador debe primero mostrar los resultados del análisis en el laboratorio de la muestra para que CONACAFE pueda otorgar el certificado de Calidad. De igual manera se requiere el Certificado Fitosanitario, el cual es emitido por el delegado regional del MAG-FOR, previa inspección del café.

### **6.1.2. Ventajas**

- Acceso directo a los mercados.
- Manejo de la cadena desde la producción hasta del consumidor.
- Desarrollo y crecimiento de la empresa al generar nuevos ingresos.
- Aprovechamiento de la capacidad de producción instalada.
- No se depende solamente del mercado laboral
- Fortalecimiento de la competitividad de los productos en calidad y precio.
- Actualización tecnológica, mejora de la imagen empresarial.
- Generación de empleos y de divisas para el país.
- Una excelente presentación, empaque, embalaje y otros detalles
- Cumpliendo con los requisitos de licencias, registros y certificaciones del producto.

### 6.1.3.Desventajas

- No contar con una oferta exportable de acuerdo a las exigencias de la demanda
- Las exportaciones se llevan el mejor producto y dejan en el mercado interno producto de descarte.
- Subordinar beneficios de corto plazo, sacrificando utilidades del futuro.
- La falta de conocimientos técnicos y personal calificada para hacerle frente a las exportaciones.
- No cuentan con financiamiento suficiente para cubrir los costos de las exportaciones.
- Riesgos en la exportación de café.
- Menos intermediarios.
- Altos costos administrativos.

### 6.1.4.Relevancia del rubro de café en las exportaciones para Nicaragua.

El ingreso y el volumen de las exportaciones de café de Nicaragua subieron un 14.4 % y un 51.3 %, respectivamente, en el primer semestre de la cosecha 2012-2013, con relación al mismo período de la temporada anterior, informó el Centro de Trámites de las Exportaciones (Cetrex) en un informe preliminar. En Nicaragua, donde el café es el principal producto de exportación, el 35 % de los cultivos se han perdido a causa del hongo, lo que equivale a unas 41,095.9 hectáreas de acuerdo a cifras de la Unión Nacional de Agricultores y Ganaderos.

El café de Nicaragua, ocupa el primer lugar de las exportaciones del país, siendo por consiguiente el mayor generador de divisas; aunque estas hayan tenido sus variaciones en este período tanto en volumen como en valor monetario, que dependieron de cierta manera de las cantidades producidas y de los precios

internacionales del mismo, no dejó de ocupar el café el primer lugar de las exportaciones. (Yendris, 2016)

### **6.1.5. Apertura comercial**

En el pasado los mercaderes solían reunirse para tocar las mercancías o para comprar y vender productos básicos o intercambiar información. Para llevar esto a cabo tenían que reunirse en un lugar previamente acordado, que posteriormente se denominó la bolsa. La evolución del comercio internacional dio por resultado el comercio a distancia cada vez mayores por lo que se hizo necesario entregar las mercancías después de efectuado el trato en vez de hacerlo inmediatamente. La paulatina normalización de ciertos productos en los que se refiere a calidad y las condiciones de comercio permitió comprarlos y venderlos sin necesidad de verlos. La mejora continua de los servicios de transporte dio lugar a que las fechas de entrega, que antes eran bastantes inciertas pudieran preverse con mayor exactitud cada vez. Una vez que la calidad, la fecha de entrega y las condiciones de venta pudieron estipularse claramente, los productores, consumidores, los comerciantes y los especuladores inevitablemente iniciaron un comercio de mercancía de las que sólo dispondrían en alguna fecha futura. Establecieron un sistema de mercado relacionado con el futuro más que con el presente. Ello ofreció una oportunidad totalmente nueva respecto al comercio basado en no tanto en las propias mercancías, sino más bien en promesas de entregarlas o aceptarlas. Posteriormente estas promesas se regularizaron mediante contratos normalizados, y así nació el mercado de futuro en su forma actual. (Hein Jan Van Hilten, Marc Van de Steene, Abba Bayer, Manual de Básicos, guía del exportador de café.) Los principales Mercados de Futuro son: Nueva York: Bolsa del Café, el Azúcar y El Cacao (Coffee, Sugar and Cocoa Exchange - CSCE). Londres: Bolsa del Mercado de Futuros y Opciones de Londres (London Future and Options Exchange), conocida normalmente como London FOX. París: Mercado Internacional de los Cafés Robustas de París/El Havre (Marché international de cafés Robusta de París/le Havre), conocido también como la Bolsa de París. El mercado de futuro no

debe de considerarse únicamente como un servicio para traspasar la carga del riesgo del productor al consumidor. No sólo permite a compradores y vendedores de café físico asegurarse contra los efectos negativos de las fluctuaciones de los precios, sino que también actúa a manera de subastador, ya que proporciona un mecanismo eficaz para determinar un precio del mercado. Dicho precio puede utilizarse después como punto de referencia para las transacciones físicas efectuadas por los productores, los corredores, y los consumidores. Además de determinar los precios, el mercados de futuro proporciona una forma de difundir información sobre los precios así determinados, haciendo cumplir los contratos y abordando las cuestiones de la solvencia y el crédito. (Perez Scarleth y Villavicencio Miriam, 2004)

#### **6.1.6. Nuevos mercados**

Las cooperativas de CAFENICA mantienen una cobertura vegetal aproximada de 6.500 hectáreas de bosques latifoliadas y de coníferas en zonas de amortiguamiento, reserva y protección vegetal y adicionalmente hay unas 12.000 hectáreas con plantaciones de café bajo sombra, lo que en total hace unas 18.500 hectáreas de bosque.

Se reduce la contaminación de las fuentes de agua en 9.9 millones de litros y se ha reducido el consumo en 8.6 millones de litros de agua, a su vez se han dejado de verter 7,5 millones de quintales de pulpa a los ríos.

Las imperfecciones del café han bajado de un 6.47% a un 3.73% como promedio general. El café producido por debajo de los 900 metros, tradicionalmente no valorado como café especial, es el café que mejor se ajusta al paladar del consumidor español.

Se recopilaron un total de 976 muestras de café provenientes de fincas representativas de las diferentes zonas y regiones, se identificaron 30 zonas con café de alto valor por sus cualidades y atributos.

Se han incrementado en \$25,45/quintal, como promedio, en los cafés especiales, de comercio justo, y orgánico sobre el precio de mercado marcado por la bolsa de New York.

Se ha realizado un manual de normas de calidad para pequeños caficultores, un estudio sobre prácticas y alternativas económicas sostenibles y otro sobre árboles, aves y orquídeas en los cafetales. (Ecodes, 2006).

## **6.2. Importancia del rubro de café para Nicaragua**

La caficultura, es un eje dinámico estratégico para la economía del país, y su importancia en el desarrollo social radica en el hecho de que gran parte de la población rural se dedica o depende de esta actividad económica”.

Actualmente, el café en Nicaragua es el producto agrícola más importante con una destacada repercusión tanto social como económica. El sector da empleo a más de 332.000 personas, o lo que es lo mismo, un 15% del total del mercado laboral y un 54% de empleo en el sector agrícola.

Según datos del ministerio nicaragüense de agricultura existen 44.519 productores de café, de los que un 97% son pequeños productores, con fincas de una a catorce hectáreas de media. El resto son productores medianos a grandes con fincas de 14 a 30 hectáreas.

Una parte muy importante de los pequeños productores, alrededor del 40%, están organizados en cooperativas. Estas entidades impulsan la producción de café orgánico y ecológico, promueven su café para el Comercio Justo ("Fairtrade").

De manera histórica la integración de las familias de la zona rural han sido el pilar fundamental en el desarrollo y estabilidad socio-económica de Uca-Miraflor, para la década de 1990-2000 las Mujeres se quedaban en su mayoría con la casa y con los niños y enfrentaban el problema de la sobrevivencia económica. El trabajo en el cultivo de la papa era en este contexto una buena opción. Además, el factor de integrarse en una cooperativa daba la oportunidad de adquirir parte en la propiedad

colectiva de la tierra y los excedentes, ya que en este tiempo todas las cooperativas eran de la categoría CAS, donde socios y socias habían recibido títulos colectivos de la tierra, la cultivaban en colectivo y se repartían las utilidades.

Las mujeres cooperativistas lograban un cierto empoderamiento, trabajaban hombro a hombro con los socios masculinos. El gobierno sandinista proveía a las cooperativas poco a poco también la infraestructura social necesaria, Centros de desarrollo infantil, escuelas, centros de salud, para facilitar que las mujeres se integraran completamente, de tal manera que el surgimiento de la cooperativa Uca-Miraflor, así como el de muchas otras a nivel nacional, representan un impacto positivo en la sociedad (principalmente rural) que garantiza a las familias nuevas oportunidades de bienestar y progreso económico.

### **6.2.1. Política comercial**

En el Sistema Arancelario Centroamericano (SAC) todas las partidas arancelarias del café tienen un derecho arancelario a la importación (DAI) de 15% excepto el café cereza (0901.11.10.00), teniendo este un 10% de DAI. Se están eliminando los aranceles en la región centroamericana para llegar a la unión aduanera, el café todavía está entre los productos de mercancía sujetas a regímenes especiales de conformidad con el artículo IV del Tratado General de Integración Económica Centroamericana. Como régimen común a los cinco países no hay libre intercambio del café sin tostar (SAC 0901.1); este intercambio estará sujeto al pago de los derechos arancelarios a la importación. También existen regímenes bilaterales con el café tostado (SAC 0901.2) a través de los cuales también está el intercambio sujeto al pago de los derechos arancelarios a la importación. Estos regímenes se encuentran entre Costa Rica y todos los países de la región.

Con respecto a las Exportaciones café Oro de Nicaragua estas disminuyeron en un 15.25% para el 2007 con respecto al año 2006. Según datos de Aduana se exportaron 72.60 miles de toneladas de café Oro para el 2007, de los cuales el 61% salió por Puerto Cortez, un 30% por Corinto, un 4% por Acajutla y el restante por los

puertos de El Rama, Puerto Caldera, el Limón y el Aeropuerto de Managua. La última crisis que enfrentaron los cafetaleros por la caída de los precios internacionales del “grano de oro” les obligó a mejorar la eficiencia y calidad del rubro, y ahora el sector está enfocado en seguir incrementando las exportaciones de las variedades “especiales”, que subieron de 2,267.96 toneladas hace tres años, a casi 18,143.69 para el 2005. No sólo se logró un mayor volumen de exportaciones de variedades especiales o diferenciadas, sino que se han agregado nuevos países a la lista de compradores, después de conocer la calidad del café nica. Según EXCAN, la meta es llegar a exportar el 40% del total en cafés especiales y el resto en el grano tradicional. Esto les permitirá obtener valores estables, lo que evitará una afectación mayor a los productores locales, en caso de que una nueva caída de precios afecte el mercado internacional.

*Para poder exportar el café hacia otros países se requiere:*

### **I fase**

- Licencia de exportación
- Certificados del IPSTRA
- Declaración de Mercancías de Exportación
- Instrucción de embarque (instrumento que gira el exportador a la línea Naviera).
- Factura de Exportación.
- Certificado de calidad emitido por el Organismo Nacional de Certificación de la Calidad del Café (ONCC).
- Pre-Certificación Fitosanitaria, emitida por el delegado regional de MAGFOR previa inspección de café.
- Certificado de Origen OIC. 9 Permiso de tránsito hondureño, si se requiere.

### **II fase**

- Tramitar con la línea naviera “guía de carga”.
- Certificado de Origen SGP, para exportar a Europa.

- Certificado de origen OIC firmado y sellado por Aduana.
- Factura definitiva. (Gonzalez, 2021)

### **6.2.2. Generación de divisas**

El café se perfila como uno de los principales productos de exportación de Nicaragua, con un aporte cercano de 447 millones de dólares en lo que va del 2021.

Según el ministro de Hacienda y Crédito Público de Nicaragua, Iván Acosta, “en este nuevo ciclo vamos a estar recibiendo precios por encima de los 200 dólares, según las proyecciones de las bolsas internacionales”.

En la actualidad fluctúan entre 204 a 209 dólares, “siendo una excelente noticia para todo el país, principalmente para los productores, exportadores y toda la cadena de valor del café como la generación de empleo”, dijo Acosta.

Por ello, el periodo 2022 va estar por encima de los 600 millones de dólares y eso es muy relevante para el país, añadió.

Unido a ello, las exportaciones totales han alcanzado 4,873 millones de dólares con un ritmo de crecimiento de 27,8% por ciento respecto al año 2020.

### **6.2.3. Factores que afectan las exportaciones de café**

Cabe destacar en este punto que son pocos los factores internacionales que por sí solos pueden afectar sensiblemente la producción y por ende los precios mundiales del grano; en general, tales factores sólo tienen un efecto local de corta o mediana duración. En este sentido debemos señalar que las constantes fluctuaciones de precios obedecen más comúnmente al efecto combinado de numerosos factores de diversa índole, que en conjunto tienen mayores repercusiones en la oferta y la demanda mundiales del grano.

## **6.2.4. Factores externos**

### **6.2.4.1. Factores políticos**

La regulación cafetalera mundial está comprendida en el marco de las concertaciones internacionales sobre el movimiento de productos agrícolas entre países, de tal manera que estos convenios dependen de la situación política y económica mundial, tanto estructural como coyuntural de las naciones. “En el caso cafetalero, la normatividad internacional emana de la Organización Internacional del Café (OIC), instancia que forma parte de la Organización de las Naciones Unidas y se concentra en los Convenios Internacionales del Café.

### **6.2.4.2. Factores climáticos**

Si se toma en cuenta que el cafeto se desarrolla mejor en zonas cálidas y semiáridas con precipitaciones promedio de 1,500 mm. anuales, y que dichas zonas se encuentran frecuentemente expuestas a fenómenos climáticos adversos, se podrá entender que entre 2020 y 2021 se ha puesto de manifiesto la gran importancia que este tipo de factores puede tener sobre la producción de café

Ejemplo de lo anterior son los grandes incendios y huracanes que afectaron a los países de Centroamérica, las excesivas lluvias que provocaron inundaciones en Asia, y Europa, etc. Como es de esperarse, estos fenómenos han mermado y en ciertos casos destruido múltiples plantaciones, entre las que se encuentran algunas cafetaleras.

## **6.2.5. Factores internos**

### **6.2.5.1. Factores sociales**

La producción nacional disminuye en diferentes grados, fruto del enfrentamiento de fracciones políticas o sociales. Como normalmente sucede en estos casos, todas las actividades económicas, entre ellas la agricultura, se suspenden o descuidan, además de que se observan movimientos migratorios mayores, lo que en general

repercute negativamente en el crecimiento de la producción en todos los sectores productivos.

### **6.2.5.2. Factores financieros**

Entre las consecuencias del término del CIC en el rubro financiero, encontramos que el aumento en la inestabilidad del precio del café ha llegado al punto de que los precios varían constantemente. Fluctuaciones de tal magnitud complican enormemente la actividad de productores y exportadores, como al no tenerse seguro cuál sea el mejor momento para tomar decisiones sobre un precio en una compra o venta inmediata.

Como podrá verse, el volumen del café realmente comercializado es muy inferior al café que se usa para sustentar los contratos en las bolsas. Entre otros efectos, esta es una de las principales causas de la inestabilidad de este mercado, en tanto las variaciones en los precios no obedecen a factores reales como los mencionados en secciones anteriores, sino únicamente a motivos especulativos que hacen más riesgosa esta actividad para productores y compradores. (Yelitza, 2021)

## **6.3. Mipymes**

### **6.3.1. Concepto**

Las MIPYME Son todas aquellas micro, pequeña y mediana empresas, que operan como persona natural o jurídica, en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufactureras, industriales, agroindustriales, agrícolas, pecuarias, comerciales, de exportación, turísticas, artesanales y de servicios, rural o urbana que cumpla con algunos requisitos.

La cooperativa de café es un grupo de productores que cooperan para mejorar su acceso a los recursos, aprovechar mejores oportunidades de comercialización y negocios, brindando capacitaciones y más. Una cooperativa es una organización sin fines de lucro.

### **6.3.2. Importancia de la cooperativa en las mipymes**

Según lo anterior expuesto las PYMES representan un papel esencial en la economía del país ya que son generadoras de empleo, se adapta a la globalización con facilidad ya que es el proceso que unificará todos los países del mundo para que tengan el mismo lenguaje en la información financiera, esto servirá para la toma de decisiones para el lector del mismo; en materia financiera, mejorara la transparencia, la objetividad y la comparabilidad de los datos contables de la empresa.

Agro-Exportadora del Norte siendo una pequeña empresa ayuda a la economía del país ya que exportan su producto al extranjero y contribuye a la reducción de la pobreza ya que ofrece empleos a familias Nicaragüenses.

### **6.3.3. Ventajas**

La mayor ventaja de una pyme de cambiar rápidamente su estructura productiva en el caso de variar las necesidades de mercado, lo cual es mucho más difícil en una gran empresa con un importante número de 26 empleados y grandes sumas de capital invertido.

- Flexibilidad y capacidad de superación ante situaciones de cambio coyuntural.
- Poder actuar como auxiliares de las grandes empresas en la producción industrial o en la distribución de servicios.
- Proximidad y relación directa con el cliente, disfrutan de posición privilegiada en los mercados.
- Es posible cambiar de actividades en poco espacio de tiempo, debido a la flexibilidad de sus pequeñas estructuras laborales.
- Ausencia de conflictos por el control de la dirección.

Pueden experimentar con mayor probabilidad de éxito la participación directa del trabajador en las decisiones y planes de la empresa (Ramírez, 2006:30)

En efecto las pequeñas y medianas empresas tienen una capacidad de cambio en la estructura y tiene la capacidad de superar cualquier tipo de conflicto ya sea monetariamente o con el personal porque tiene dominio de su trabajo a la vez tiene una relación estrecha con el cliente ya que puede observar las visitas que se han efectuado o que se efectuara. En la empresa Agro-Exportadora del Norte los empleados tienen mayor compromiso ya que aportan ideas y sugerencias para la eficiencia de la producción por lo que se sienten identificados y comprometidos con el trabajo.

Otras de las ventajas es el ahorro, es más barato atender a todos los clientes por igual, que invertir tiempo y dinero en tratar de encontrar grupos de clientes que tienen necesidades parecidas.

#### **6.3.4. Desventajas**

La principal desventaja que tiene para el empresario el usar una mercadotecnia diferenciada, está en el hecho de que es más cara, ya que cuesta más dinero mantener una amplia gama de productos y servicios que mantener solamente una. Otra desventaja de la mercadotecnia diferenciada está en que, al no existir diferencias entre unos y otros clientes no se puede especializar en un mercado y posiblemente se esté desaprovechando una oportunidad.

### 6.3.5. La participación de la UCA en las exportaciones de café con las demás cooperativas.

#### ❖ ALIANZAS Y MEMBRESIAS

##### Alianzas

##### ➤ **CLAC**



Como parte de la CNCJ, estamos aliados en temas de comercio justo con la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC) es la organización co-dueña del sistema Fairtrade International y la red que representa a todas las organizaciones certificadas Fairtrade de América Latina y el Caribe, así como otras organizaciones de comercio justo.

La misión de CLAC es la de representar y promover los intereses, el empoderamiento y el desarrollo de sus miembros y sus comunidades.

##### ➤ **Alianza de mujeres en café**



Es organizada solamente por mujeres de alguna u otra manera trabaja o están relacionadas en la cadena de producción de café, donde se intercambia conocimiento y fortalecen acciones para el acceso a recursos para las mujeres y el acceso a mercados diferenciados a nivel internacional.

##### ➤ **MEFCA: Ministerio de economía familiar asociativa y cooperativa.**

Hemos fortalecido alianzas para fortalecer el trabajo realizado por las cooperativas en el cumplimiento de la ley 499 y su reglamento.



Además de gestionar recursos de NICADAPTA y MEDA.

➤ **INTUR: Instituto de turismo**



Este en el marco de la promoción del turismo rural comunitario en Miraflor y la participación en ferias locales y nacionales.

 **Miembros**

➤ **CAFENICA (Asociación de cooperativas de pequeños productores de café de Nicaragua)**



Promueve el desarrollo de cooperativas miembros, el fortalecimiento de capacidades institucionales, el posicionamiento exitoso en el mercado cafetalero, la representación y la incidencia en las políticas hacia el sector de los pequeños productores de café con procesos que aseguran la participación, equidad de género, transparencia, calidad y sostenibilidad económica y ambiental.

Actualmente la presidencia de CAFENICA es asumida por UCA Miraflor, y estamos siendo parte del movimiento flores del café. Estamos trabajando con parcelas demostrativas de café y formación a promotores y técnicos en el sistema de alerta temprana ante el cambio climático. CNCJ – NIC (Coordinadora Nicaragüense de organizaciones de pequeños productores de comercio justo)

La CNCJ está integrada por 33 organizaciones de productores de Comercio Justo (CNCJ, en los rubros café, cacao, ajonjolí, miel, frutas, Somos una organización que

defiende los derechos de comercio justo de pequeños productores además de la formación en criterios de comercio justo y las normas internacionales. Somos miembros de CLAC.

➤ **GPAE (Grupo de promoción agroecológica)**



El GPAE es una instancia de coordinación interinstitucional e intersectorial, de carácter amplio que integra personas naturales y jurídicas, vinculadas a la promoción de la agricultura ecológica desde diferentes espacios en el ámbito local, departamental y nacional.

GPAE coordinan las estrategias y oportunidades con los gobiernos locales, instituciones públicas, familias productoras y organizaciones para fomentar la Producción Agroecológicas como estrategia de Seguridad Alimentaria Nutricional ante los efectos del cambio climático. Se realiza el intercambio de conocimientos sobre producción de huertos familiares con el método bio-intensivo y de aplicación de prácticas amigables al medio ambiente.

➤ **Cluster de Seguridad alimentaria del norte:**



En el marco de la cooperación suiza, somos parte del cluster donde se intercambian conocimientos con otras organizaciones sobre el tema de seguridad alimentaria para fortalecer la gestión a nivel local e internacional. Fortalecen la innovación y la agregación de valor a los productos existentes. (UCA-Miraflor, 2021)

### 6.3.6. Proceso del café

La calidad del café de Nicaragua ha mejorado mucho en los últimos 20 años, alcanzando hoy estándares realmente altos. Actualmente, muchos lotes de este origen son comercializados en el mercado de café de especialidad y en certámenes como la taza de la excelencia llegan a conseguir puntuaciones destacadas. Las

especificaciones, características y métodos de análisis para la comercialización de café son recogidas en esta norma, en el marco de la cual se establecen, como también el color, secado, humedad, el escogido y la variedad del grano.

El café se cultiva bajo sombra con buenas prácticas y tecnologías amigables con el medio ambiente, tales como: Uso de abonos orgánicos producidos en las mismas fincas, la construcción de beneficios húmedos, túneles de secado, acondicionamiento de laboratorio de catación, uso de camas africanas para el secado del café garantizando la calidad del producto.

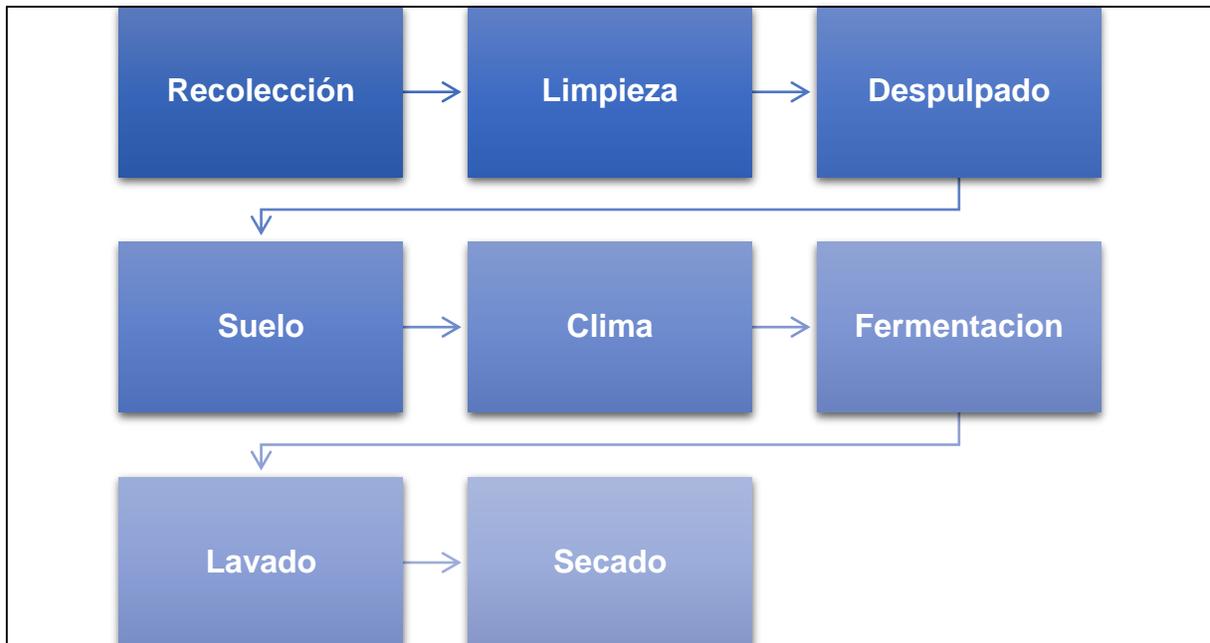
### ✓ **Proceso del café lavado**

Este proceso se centra únicamente en el grano, ya que permite saborear lo que esta adentro de él, y no afuera. Los cafés lavados reflejan el resultado tanto de la ciencia detrás de una siembra de café perfecta como el manejo adecuado que le da el caficultor a su proceso. También es evidente que el país de origen y sus condiciones climatológicas juegan un papel. El 100% del proceso depende de que el grano absorba los nutrientes y azúcares necesarios durante todo el ciclo.

Esto significa, que el proceso lavado es capaz de resaltar el perfil característico de un café de origen, más que cualquier otro proceso. Es una de las razones por la que muchos de los cafés de especialidad provienen de un proceso lavado.

## Pasos del proceso:

*Figura 1 Proceso del Café Lavado*



*Fuente: Elaboración Propia en base a datos de la cooperativa.*

### ✓ Proceso del café Melado

Es muy parecido al de lavado, con la diferencia de que no se elimina el mucilago y se seca el café con esta sustancia recubriendo el grano. Este proceso también es conocido como enmielado, pero no por su sabor, sino porque los granos, al estar rodeados del mucílago, se sienten viscosos, como la miel. El perfil de estos cafés es dulce, con matices frutales y acidez moderada.

## Pasos del proceso:

Figure 2 : Proceso de Café Melado



*Fuente: Elaboración Propia en base a datos de la cooperativa.*

La certificación de la calidad del café para la exportación está a cargo de organismo Nacional de certificación de la calidad de café, del consejo nacional de café, el cual supervisa periódicamente dicha certificación para asegurarse que se ajusta a los requisitos de esta norma técnica obligatoria nicaragüense. La mejora de calidad ha logrado construir y fortalecer en este tiempo el comercio directo. Este tipo de relación comercial se ha fomentado de tal manera que no son pocos los japoneses o europeos que viajan al país, van a las fincas y cierran los contratos de compra directos con los productores y sus cooperativas, lo que permite disfrutar en destino de café realmente únicos. En este tiempo, los pequeños productores han logrado mejorar su posición gracias a la consolidación de la organización cooperativa, una relación más directa con el mercado, su capitalización, la mejora de la calidad y la integración vertical en la Producción y comercialización. (P.Enriquez, 2011)

### 6.3.7. Valor agregado del café

Nuestros cafés cumplen con criterios de las más reconocidas certificaciones en el mundo global del café, comercio Justo y orgánica que nos permiten garantizar la integridad de la producción de nuestros asociados asegurando la trazabilidad y la calidad del café que es comercializado a través de UCA Mirafior a los mercados de Estados Unidos, Canadá y Europa.

Como innovación se ha desarrollado un programa de proceso alternativo de café melado, conocido internacionalmente como Honey Coffee, comercializado a nichos de mercado exclusivos, ya que es un café especial de alta calidad, producido por mujeres asociadas, estos procesos aportan a la resiliencia ante los efectos del cambio climático.

Nuestros cafés cumplen con criterios de las más reconocidas certificaciones en el mundo global del café, comercio Justo y orgánico que nos permiten garantizar la integridad de la producción de nuestros asociados. **(Mirafior U. , 2021)**

### 6.3.8. Mercado al que se exporta

El comercio justo es un movimiento social global cuyas experiencias pioneras empezaron a finales de 1940 como respuestas alternativas al fracaso del modelo de comercio convencional. El comercio justo busca promover patrones productivos y comerciales responsables y sostenibles, así como oportunidades de desarrollo para los pequeños agricultores(as), campesinos(as) y artesanos(as) en desventaja económica y social, respecto a los actores dominantes en el mercado.

El comercio justo es un modelo comercial que pone al centro los seres humanos y la sostenibilidad social, económica y ambiental de las sociedades; dignificando el trabajo, respetando el medio ambiente y fomentando una gestión responsable y sostenible de los recursos naturales.

El comercio justo facilita a los pequeños productores(as) organizados un acceso directo al mercado en condiciones justas y equitativas, creando un canal de comercialización sostenible, solidario y de calidad, lo más directo posible entre productores y consumidores. Con el ánimo de que se reconozca dignamente el trabajo de los productores(as) y sus organizaciones, de modo que los consumidores se comprometan con el desarrollo de sus comunidades. Además, busca garantizar a los trabajadores agrícolas y artesanales condiciones de trabajo dignas, promoviendo su sociatividad y empoderamiento.

### **6.3.9. Objetivos principales**

Los elementos más importantes del movimiento de comercio justo son:

- La sostenibilidad integral, en todas sus dimensiones (social, económica y ambiental), con un enfoque de responsabilidad compartida entre todos los actores involucrados en las cadenas comerciales.
- Un trabajo profundo con quienes siempre han sido privados del acceso directo al mercado, promoviendo la sociatividad para que se conviertan en actores protagónicos del desarrollo local, y construyan relaciones comerciales justas y solidarias, transparentes, de largo plazo, que dignifiquen el trabajo de los seres humanos, que respeten las diversidades culturales, étnicas y de género, y que fomenten la sostenibilidad ambiental e intergeneracional.
- La promoción y el respeto de los derechos humanos y laborales, fomentando un justo reconocimiento del trabajo de trabajadores agrícolas y artesanales.
- Otro objetivo fundamental del comercio justo es fomentar la cultura de un consumo responsable porque consumir significa elegir qué tipo de desarrollo queremos.

Desde el 35o aniversario del hermanamiento Delft-Estelí en el mes de noviembre del año 2019 estamos vendiendo café de Mirafior en Delft.

La UCA Mirafior consiste de 12 cooperativas de café en 36 comarcas en la Reserva Natural de Mirafior, con un número de más de 400 productores. Eco-turismo es una

fuentes de ingresos adicionales. Mirafior está ubicado a entre 1000 y 1450 metros sobre el nivel del mar. El café está certificado como café fairtrade (comercio justo) y orgánico y es de muy buena calidad.

El hermanamiento Delft-Estelí ofrece un delicioso café biológico, procedente de la unión de cooperativas de café UCA Mirafior en Estelí. Se vende por € 4,- por paquete de 250 grs. Con este precio lo entregamos a domicilio gratuitamente (solo en la Ciudad de Delft).

Encargue el café al transferir € 4,- por paquete a la cuenta bancaria con el número NL65 RABO 0383 4034 13 del Stedenband Delft-Estelí, mencionando su selección (molido o granos) y la dirección domiciliar. No obtenemos ganancias al vender estos paquetes de café. Si quiere apoyarnos, hágase Vriend van Estelí, (amigo de Estelí) por € 50 al año.

La empresa El Chavalo, importa el café a Europa y es un importador y tostador en la Ciudad de Leipzig (Alemania). El Chavalo también vende café de velas, café de Mirafior importado por velero. Si tenga interés, favor háganos saber. Con interés suficiente podemos ofrecer en Delft este café a partir del verano de 2020, con un precio de € 5,95 por paquete de 250 grs.

## 6.4. Estrategias económicas

### 6.4.1. Concepto

Las estrategias económicas son el conjunto de acciones coordinadas de investigación, tratamiento y distribución destinadas a la exportación de informaciones de utilidad para los agentes económicos.

La cooperativa implementa estrategias para garantizar la seguridad y sostenibilidad de sus asociados, a través de prácticas sostenibles y diversificación de la cosecha.

## 6.4.2. Tipos de estrategias

### ➤ Estrategia empresarial

Es una metodología que busca alcanzar un objetivo por medio de un plan de acción que se descompone en objetivos estratégicos para cada área funcional de la organización. También es la manera en que una organización define como crear valor. Se trata del que hacer y cómo hacerlo. Define los objetivos de la empresa, las acciones y recursos a emplear para cumplir con dichos objetivos.

Para una buena estrategia empresarial debe considerarse dos aspectos claves e imprescindibles:

- **Comunicación interna**

La estrategia debe ser comunicada de la manera más clara a todas las instancias de la organización, llegando a todos los involucrados en los diversos procesos que se han desarrollado.

- **Adaptación a los cambios del entorno**

Existen factores externos a la organización, los mismos que pueden estar sujetos a cambios que afectan el desarrollo de la empresa. En consecuencia, la estrategia debe contar con planes de contingencia para afrontar dichos cambios del entorno y para adaptarse a nuevas situaciones.

Es importante porque nos ayuda a aprovechar las oportunidades, hacer frente a las amenazas, a reforzar las fortalezas y disminuir las debilidades. Pero desarrollar una correcta estrategia no es sencillo, se necesita tener un conocimiento amplio de la empresa, tanto de lo externo como de lo interno.

### ➤ **Estrategia de negocio**

Es la planificación por parte de una empresa de cara a la consecución de objetivos previamente establecidos. Se centra en el posicionamiento en el mercado y en la obtención de beneficios. En cambio, la estrategia empresarial es más amplia y abarca todas las áreas de la compañía, pudiendo ser aquella orientada a lograr un mejor laboral.

La estrategia de negocio permite tanto a **pymes** como a grandes corporaciones plantearse unos objetivos empresariales en concreto. Y sobre ello, basar su día a día en alcanzar los mismos en el largo plazo. Al tiempo debe permitir la obtención de determinados niveles de rendimiento financiero para la empresa.

### ➤ **Estrategia de marketing**

- **Adaptar el producto**

Los exportadores deben hacer todo lo necesario para que sus productos sean familiares en un mercado extranjero. Es importante la adaptación a través del diseño del envase o del etiquetado o agregando datos de interés e información en el idioma del país destinatario. Esto puede requerir un test previo para conocer la aceptación de un producto en un mercado exportador.

- **Posicionar el producto**

Para posicionar correctamente al producto, debe utilizar un mercado de prueba para ver donde posicionar el producto y preocuparse por comunicar adecuadamente los beneficios de tu producto. Es vital que realices esto con anticipación a su introducción en el mercado.

- **Usando las cuatros**

Una vez identificado el grupo objetivo de clientes, lo que sigue es instalar el producto en la mente de los consumidores para que lo conozcan, elijan y compren.

Básicamente, un plan de marketing internacional debe comprender cuatro variables fundamentales, conocidas como las 4p's.

- **Producto**

Identifica y desarrolla los factores estratégicos para generar valor agregado. Revisa: el diseño e imagen del producto, etiqueta y embalajes; además de los envases, imagen de la marca.

- **Precio**

Además del costo, es necesario evaluar otros factores antes de determinar el precio de un producto, tales como, los precios de la competencia, la percepción de los consumidores, entre otros. Aquí es clave tener control y dominio sobre los costos para la diferenciación de producto.

- **Plaza**

En este punto se define el canal de distribución. Esta elección depende de los objetivos de cobertura del mercado, penetración y los servicios que facilita el acceso al producto por parte del productor.

- **Promoción**

Esta puede contemplar la participación en ferias y exposiciones, misiones comerciales, rondas de negocios y el contacto directo con clientes o distribuidores locales. No olvides que internet es un instrumento poderoso y económico para promocionar productos y/o localizar clientes en el exterior.

➤ **Estrategia de inversión**

Una millonaria inversión ejecuto el gobierno de Nicaragua a través del programa NICADAPTA con la central de cooperativas de servicios múltiples R.L "Prodecoop" para dar beneficio a 1 mil 203 productos de café; aglutinados en 30 cooperativas en el departamento de Estelí, Madriz y Nueva Segovia.

Esta tarde de jueves, en un acto solemne en el municipio Palacaguina; se entregó una nave de secado de café con capacidad de procesar 1 mil 500 quintales de café diario bajo techo, como una alternativa para enfrentar el cambio climático y evitar que las lluvias dañen la calidad del grano.

Esta inversión viene a contribuir grandemente a nosotros los productores que de alguna manera requieren de un proceso industrial para preparar nuestro grano para la exportación; destacó don Jaime Bellorin, productor en nueva Segovia.

Y la inversión se realizó bajo el nombre “Fortalecimiento de la cadena productiva y de valor del rubro café de pequeños y medianos productores y productoras asociados a PRODECOOP, R.L”. Se construyeron además viveros de cafés, beneficios húmedos, acopios y plantaciones de frutales, con capacitaciones de buenas prácticas de los productores; con el objetivo principal de mantener la calidad del producto y exportarlo a mercados internacionales.

“Este proyecto es fundamental para el desarrollo económico y social de las mujeres que forman parte de estas cooperativas para competir en mercados internacionales. Por eso agradecemos al MEFCCA, a la administración del buen Gobierno y la confianza de las cooperativas”; dijo Francis González, secretaria de la comisión de género.

De igual forma indicó que este es un proyecto ejecutado en conjunto entre PRODECOOP, R.L. y el Gobierno de la República de Nicaragua a través del Ministerio de Economía Familiar; para el fortalecimiento de las familias cooperativistas beneficiando de la región.

Además, para el establecimiento del proyecto se invirtieron más de 48 millones 600 mil córdobas asumiendo el Gobierno el 85% de la inversión total.

“Actualmente las estadísticas de PRODECOOP indican que han estado vendiendo en los últimos años más de 1 mil 500 quintales de café tostado. Y se espera tostar más de seis mil quintales en los próximos meses”; expresó Luz María Torres, delegada del MEFCCA en Estelí.

Esta es parte de la estrategia de Gobierno en el marco del proyecto “Adaptación a cambios en los mercados y a los efectos del cambio climático” (NICADAPTA). (Erick, 2013).

### 6.4.3. Importancia de las estrategias económicas

Estos últimos años el sistema cooperativo ha ido en aumento por su capacidad de adaptación al medio. Mientras que muchas de las empresas mercantiles han tenido que cerrar, las cooperativas se han ajustado a las condiciones del momento y han mantenido los puestos de trabajo por encima de todo. Su foco no está en el capital, sino en las personas.

El empleo es una de las contribuciones más importantes de las cooperativas a nivel mundial. Durante 2013, momento álgido de la crisis económica en España, la Confederación Española de Cooperativas de Trabajo (COCETA) señalaba que cerca de 70 empresas mercantiles en España se habían convertido en cooperativas de trabajo, salvando por el camino 700 puestos de trabajo. Más recientemente, durante 2016 las más de veinte mil cooperativas que hay en España generaron cerca de 23.000 puestos de trabajo, la mayoría de carácter estable “Las cooperativas son una fórmula idónea para que la gente mantenga su trabajo, y también para que cree su propio empleo. Por este motivo, es también una oportunidad para los emprendedores que empiezan”, explica el experto del postgrado, que tiene las inscripciones abiertas para el próximo curso.

Todo apunta a que el crecimiento de este tipo de empresas se mantendrá en un futuro. “Además de buenos servicios y productos, garantizan el respeto hacia las personas, y esto cada vez es más valorado”, destaca. Este interés se refleja en el aumento de solicitudes del Postgrado en Gestión de Cooperativas y Empresas de Economía Social, que este año inaugurará su tercera edición en los centros universitarios de Tecno Campus, adscrito a la Universidad Pompeu Fabra.

#### **6.4.4. Estrategias económicas que implementa la UCA para la comercialización del café.**

El reto de los socios de la UCA Mirafior de producir calidad está íntimamente ligado a buscar mercado y buenos precios para el café especial o café melado. El proceso de preparación del café melado reduce en gran manera el uso del agua, porque se despulpa y se seca sin lavarlo, es mínima la cantidad del agua, hay participación de la familia y motiva el precio del café por su calidad. El primer año fue un fracaso el intento de vender café melado, los únicos seis quintales producidos no lograron tener un comprador y lo vendieron localmente, pero un año después la cooperativa logró una relación comercial con Café Chavalo de Alemania, dónde decidieron comprarlo todo, a precios bastante justos, y con ello se les otorga a las mujeres un buen premio por la calidad. En el ciclo productivo 2018-2019, el 50 por ciento de las ventas fueron ubicados en el mercado de precio justo (orgánico, especial o melado), cuyo excedente se reparte equitativamente entre los productores. El otro 50 por ciento se vende al mercado convencional. El Café Orgánico fue ubicado el 80 por ciento de la producción. También la UCA ha gestionado proyectos para crear condiciones especiales en las fincas que generen capacidades sobre todo en infraestructura para el secado del café melado, ejemplo, un secador solar con plástico y zaranda especial. Con el acompañamiento de la UCA los socios han creado algunas condiciones, y van gradualmente aumentando la producción de café melado. Iniciaron con 6 quintales, después 10 quintales, ahora tienen condiciones para producir 100 quintales, que las compras Café Chavalo de Alemania. 56 Socios, de 170 productores de café, son certificados en producción de café orgánico y amigable con los pájaros; Los 170 son certificados para el comercio de precios justos, pero lo más importante es que todos trabajan por sostener la calidad del café, caracterizada de “muy buena” considerando de que encuentran en altura arriba de los mil metros sobre el nivel del mar. No existe a nivel nacional la posibilidad de que los productores salgan victoriosos con el cultivo del café y “es de manera organizada, creando capacidades, preparándonos es que lograremos



mejores precios, premios sociales y premios por la productividad”, insistió la Ingeniera Silvia González Rugama, presidenta de la UCA Miraflores. “El comercio justo está directamente vinculado a la visión y misión de la organización cooperativa, tales como la equidad de género y el incremento de la productividad para mejorar ingresos de cada uno de los miembros de la cooperativa”, recalcó (Miraflor U. , 2018).

## **7. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN**

El impacto de las exportaciones de café de la UCA Mirafior en Estelí, con relación a las afectaciones de los factores externos e internos.

### **7.1. Variable dependiente**

- Exportaciones del café

### **7.2. Variable independiente**

- Factores externos e internos
- Mercados externos



## 8. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Objetivos	Variables	Concepto	Sub-VARIABLES	Indicadores	Instrumentos	Fuente
Comparar el flujo de las exportaciones de café entre los ciclos 2019-2020 y 2020-2021.	Exportaciones de café	La exportación es todo bien y/o servicio legítimo que el país productor o emisor (el exportador) envíe como mercancía a un tercero (importador), para su compra o utilización	Volumen Exportaciones físicas y monetarias	Miles de quintales Miles de dolares	Encuesta y Observación	Registro de exportación Uca Mirafior y productores
Identificar los factores externos e internos que afectan el comportamiento de las exportaciones	Factores externos e internos	Son aquellos agentes que se encuentran dentro y fuera de una organización, que pueden generar un impacto positivo o	Factores climáticos, salud, impuesto.	Impuestos, cambio climático y precios internacionales	Encuesta y Observación.	Comercialización cooperativa UCA Mirafior



por parte de la cooperativa.		negativo en la misma.				
Determinar la participación económica por parte de la cooperativa Uca Mirafior en las exportaciones de café al mercado externo.	Mercado externo	Es aquel que corresponde a las actividades económicas que desarrolla un país con el resto del mundo. Es decir, el mercado externo de una nación corresponde a sus exportaciones e importaciones, así como al ingreso y salida de dinero del exterior.	Exportaciones físicas y Monetarias.	Cantidad de qq e ingresos monetarios de la cooperativa.	Encuesta y Observación.	Técnicos y comercialización de la cooperativa
Plantear estrategias que aporten al incremento de las	Estrategias económicas	Conjunto de acciones coordinadas de investigación, tratamiento y	Calidad, Certificaciones y Registros.	Requisitos para las exportaciones y Exigencias de	Encuesta y Observación.	Administradores de la Cooperativa.



exportaciones de café por parte de la cooperativa		distribución destinadas a la exportación de informaciones de utilidad para los agentes económicos.		los mercados internacionales.		
--	--	--	--	----------------------------------	--	--

## 9. DISEÑO METODOLÓGICO

El presente diseño metodológico expone los elementos más importantes de este proceso de investigación, análisis de la información y resultados esperados en la misma.

### 9.1. Tipo de investigación.

El tipo de investigación del presente documento es **mixta** porque se describen aspectos cualitativos como el proceso productivo del café. En el aspecto cuantitativo por que se obtiene información estadística sobre las exportaciones de ambos ciclos.

### 9.2. Área de estudio

#### 9.2.1. Área de conocimiento

##### Ciencias económicas

- **Línea 1:** Desarrollo socio productivo, emprendimiento y bienestar.
- **Sub línea:** Comportamiento de unidades económicas.

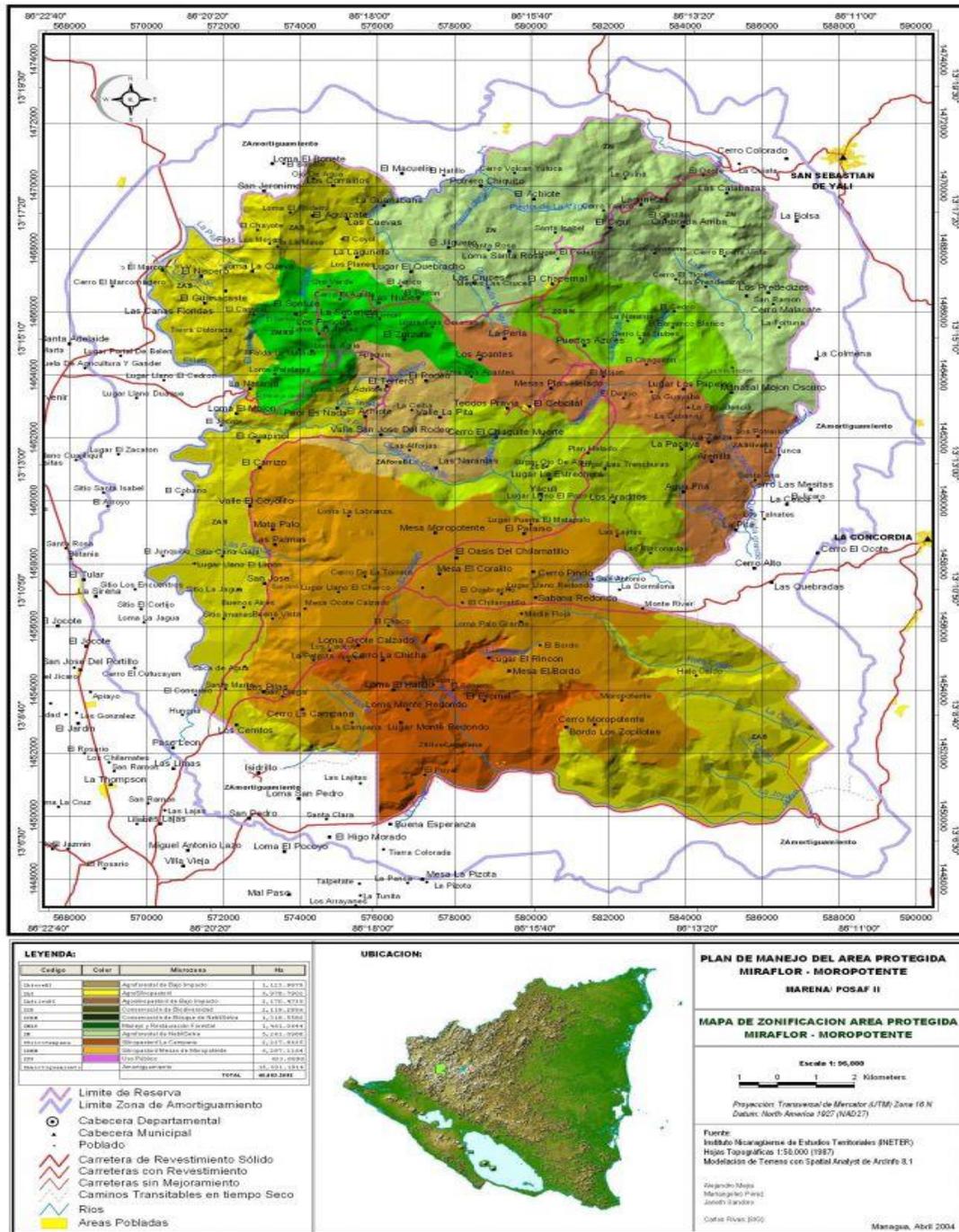
#### 9.2.2. Área geográfica

Las 12 cooperativas están ubicadas en 36 comunidades en el área protegida de Mirafior a 28 km al noreste de la ciudad de Estelí.

A continuación el mapa de Mirafior:



Figure 1 Mapa de la Reserva Miraflores Moropotente



Fuente: Base de datos facilitados por página web Uca-Miraflores

### 9.3. Poblacion y muestra

La poblacion de esta investigación lo constituye la cooperativa UCA Mirafior, con 12 cooperativas asociadas en unas de las 36 comunidades, con 105 productos en el área del rubro del café. Así con esto estaremos desarrollando en el sector agrícola, específicamente en el rubro de la produccion del café y la exportación de este rubro hacia el exterior.

Como área de estudio se tomó en cuenta 10 funcionarios de la UCA Mirafior y 105 productores que la integran. El tipo de muestra es probabilística basado en muestreo probabilístico aleatorio simple porque se empleó un procedimiento aleatorio, para su selección se tomó una muestra de 31 productores y 3 funcionarios.

Para poder realizar los análisis y obtener resultados, se aplicaron los instrumentos por medio de encuesta a 25 productores y 3 trabajadores de la cooperativa con un total de 28 encuestas.

❖ **Calculo de la muestra viene dada de la siguiente manera:**

$$n = \frac{N Z^2 P * Q}{(N - 1)e^2 + Z^2 P * Q}$$
$$n = \frac{105 (2.706025) 0.80 * 0.20}{(0.01 * 104) + 2.706025(0.80 * 0.20)}$$
$$n = \frac{45.46122}{1.472964}$$
$$n = 30.86 = 31$$

### ➤ **Criterios de selección**

Para seleccionar la muestra se definieron los siguientes criterios:

- Cooperación voluntaria de los encuestados a través de llamadas telefónicas
- Que estén asociados y conozcan del tema del rubro de la producción del café y la exportación hacia los mercados externos.
- Productores que colaboran desde hace 10 años a la UCA y que produzcan café de calidad a la cooperativa para la exportación.

#### **Encuestados a funcionarios de la cooperativa**

- **Gerente:** Ing. Silvia González
- **Técnicos:** Yoharsi González  
Imelda Moreno

### **9.4. Métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos**

Las fuentes primarias de información serán: La encuesta o cuestionario estructurado con preguntas cerradas de carácter cuantitativo o cualitativo, se realizará a 25 productores que entregan café a la UCA Miraflores para la exportación (Muestra de población finita), se realizará encuesta para conocer los detalles de la exportación a: Gerente y técnicos de la cooperativa quienes conocen sobre el producto y su mercado de exportación. Se observará mediante una guía el flujo del proceso que desarrolla la cooperativa para realizar las exportaciones de café y la documentación de este proceso de exportación. Bitácora de observación de no participantes del proceso y resultados.

## 9.5. Etapas de la investigación

### ➤ Etapa I: Revisión documental

En esta primera etapa, procedemos a obtener la información estadística de las exportaciones de café de la UCA Mirafior en los periodos de 2019-2020 y 2020-2021, realizada a mercados internacionales, en cantidad, calidad y precio de mercado al cual remataron, así mismo las estadísticas del café entregado por los productores en ambos periodos de cosecha.

### ➤ Etapa II: Elaboración de los instrumentos

Se procederá a la elaboración de los instrumentos de investigación de la Encuesta a productores y gerencia administrativa y la observación de los datos estadísticos y los procesos de exportación de café, se revisarán y validarán para la aplicación en el campo y la recolección de la información de primera mano, sobre la forma de procesar, clasificar y exportar el café por parte de la UCA Mirafior a mercados internacionales.

### ➤ Etapa III trabajo de campo

Realizar el trabajo de campo mediante la aplicación de la encuesta a los **25** productores, encuesta a 3 funcionarios de la UCA Mirafior, la Observación de los procesos de húmedo, secado y exportación que realizan en la cooperativa del producto café acopiado a los productores asociados a la Unión de cooperativa.

Posteriormente se procederá a tabular la información de la encuesta, obtener las estadísticas y elaborar los gráficos, para efectuar el análisis de los resultados encontrados en la investigación documental y en la de campo realizado.

### ➤ Etapa IV: Elaboración del informe final

Con los resultados encontrados en la información estadística y cualitativa, procederemos al análisis de los mismos y determinar los resultados que le den salida a los objetivos y realizar las conclusiones y las recomendaciones de la



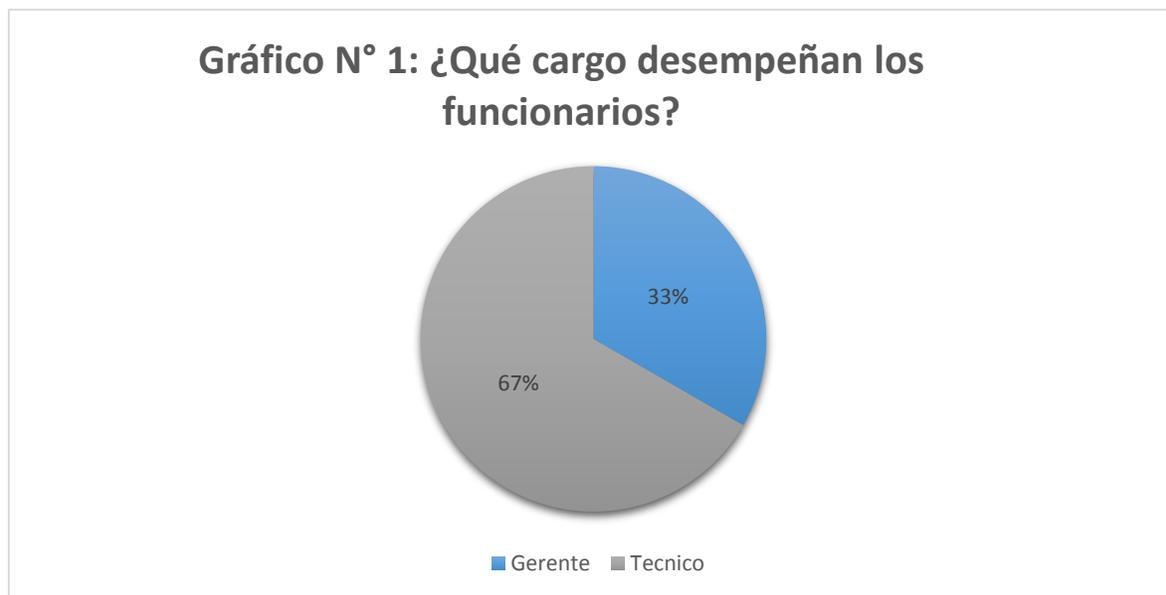
investigación que son los elementos fundamentales del informe final de la investigación.

## 10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Luego de encontrar la información por parte de la cooperativa y los productores, se presentan los resultados de los instrumentos que se aplicaron con base a los objetivos establecidos.

### 10.1. Descripción de los encuestados

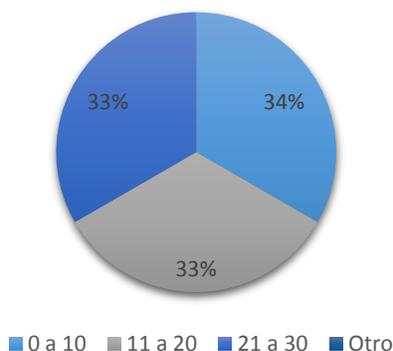
En esta sección se muestra la edad, el sexo, el cargo que desempeñan, años de trabajo, cantidad de productores que entregan y años de entrega de café por parte de los productores y funcionarios de la cooperativa Uca Mirafior en la ciudad de Estelí.



*Gráfico N° 1 Cargo que desempeñan  
Fuente: Elaboración Propia con base a instrumentos aplicados.*

De acuerdo con el **Gráfico N°1**, con la muestra de funcionarios seleccionados se obtuvo el siguiente dato, el **67%** de ellos pertenecen al área de seguimiento técnico, el **33%** pertenece a la gerencia administrativa.

### Gráfico N° 2: ¿Cuántos años tiene de trabajar en la UCA-Miraflor?

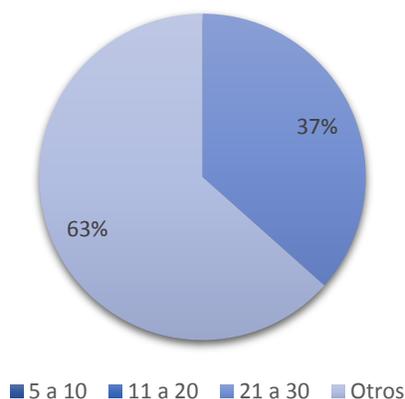


*Gráfico N° 2 Años de trabajar en la UCA- Miraflor*

*Fuente: Elaboración Propia con base a instrumentos aplicados*

El **Gráfico N° 2**, de los funcionarios encuestados un **34%** han laborado entre 0 a 10 años, a su vez se refleja un **33%** correspondiente a los trabajadores que han estado entre 11 a 20 años y el otro **33%** corresponde a personas que han laborado de 21 a 30 años en la cooperativa.

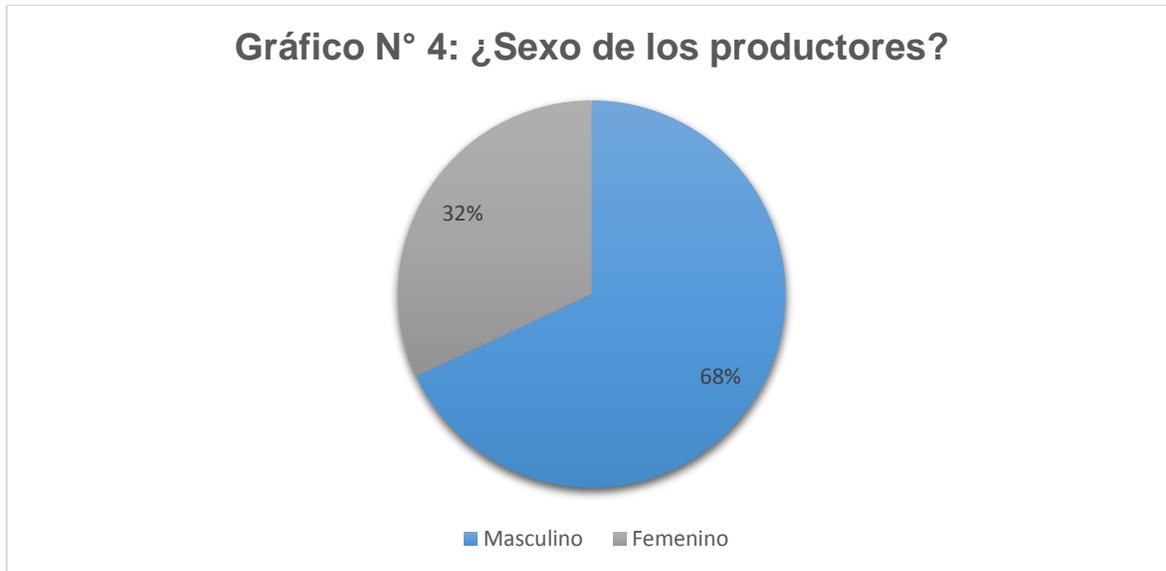
### Gráfico N° 3: ¿Cuántos productores le entregan café a la UCA Miraflor?



*Gráfico N° 3 Productores que entregan café directamente a la UCA*

*Fuente: Elaboración Propia con base a instrumentos aplicados*

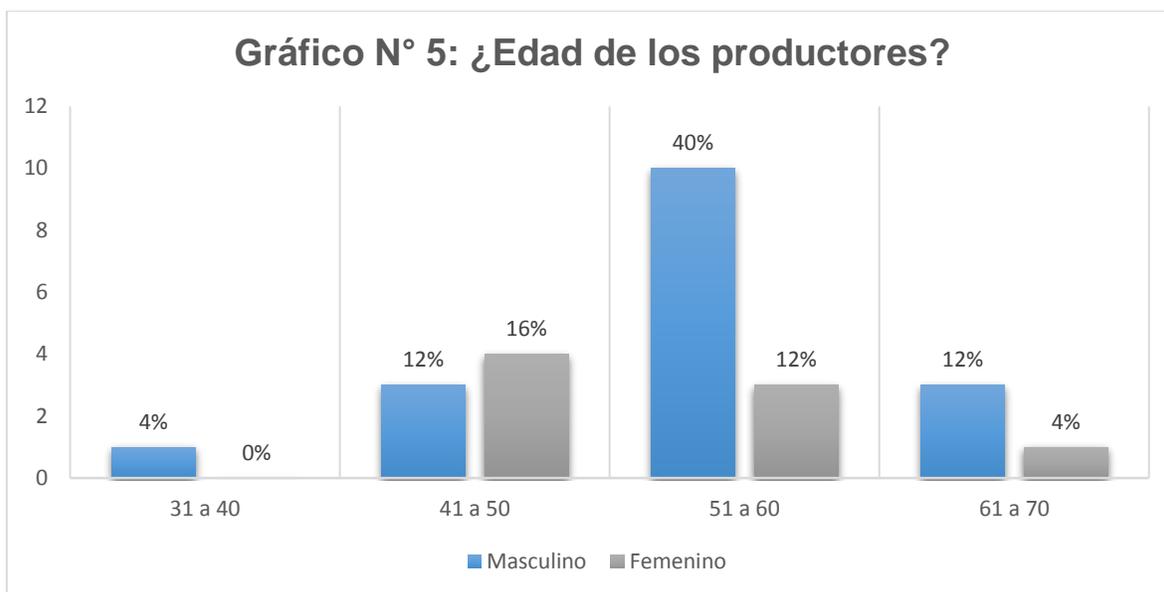
Según el **Gráfico N° 3**, obteniendo datos oficiales de la Uca por parte de la gerencia, los productores que entregan café directamente a la cooperativa es del **37%**, sin embargo los técnicos aseguran que se recibe la producción de más del **63%**, cabe mencionar que este último es un dato no oficial.



*Gráfico N° 4 Sexo de los productores*

*Fuente: Elaboración Propia con base a instrumentos aplicados*

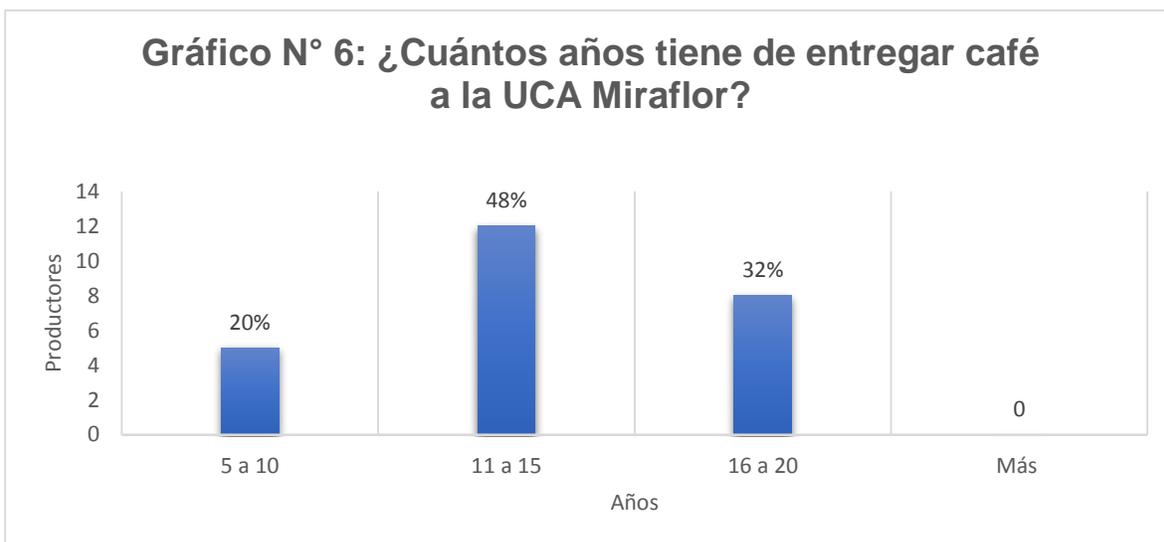
De acuerdo con el **Gráfico N° 4**, el 68% de los encuestados son del sexo masculino y el resto el 32% femenino, esto muestra que la mayoría de los productores de la cooperativa son hombres, sin embargo, el porcentaje que representan las mujeres en la participación productiva del café, es de gran importancia tomando en cuenta que anteriormente la integración femenina era casi nula.



*Gráfico N° 5 Edad de los productores*

*Fuente: Elaboración Propia con base a instrumentos aplicados*

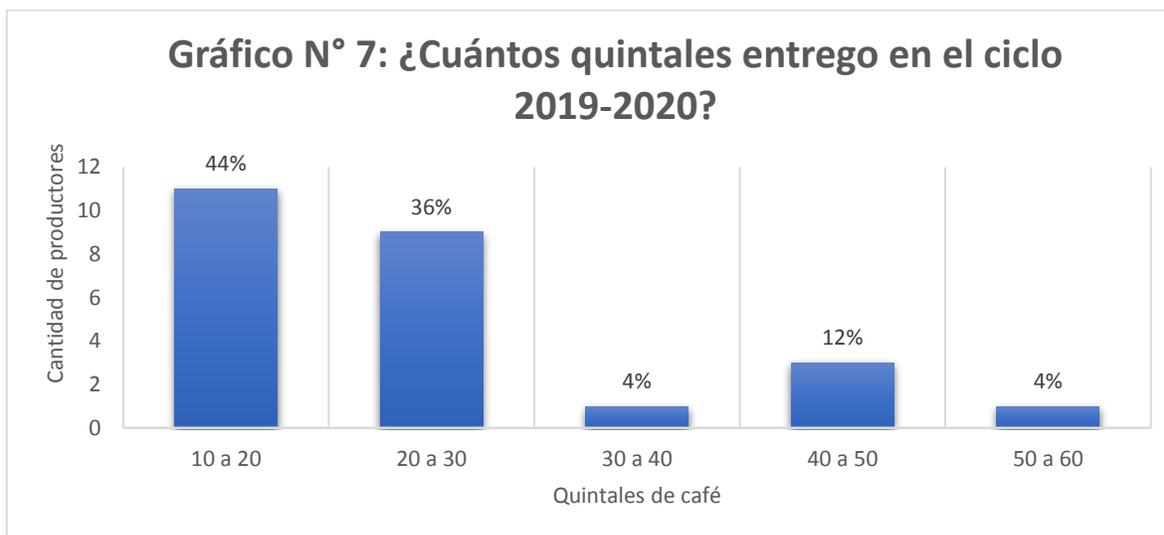
Según el **Gráfico N° 5**; el **40%** de los productores encuestados del sexo masculino que laboran para la cooperativa se encuentran entre las edades de 51 a 60. El **16%** de los productores encuestados del sexo femenino están entre las edades de 41 a 50.



*Gráfico N° 6 Años de entregar café a la UCA*

*Fuente: Elaboración Propia con base a instrumentos aplicados.*

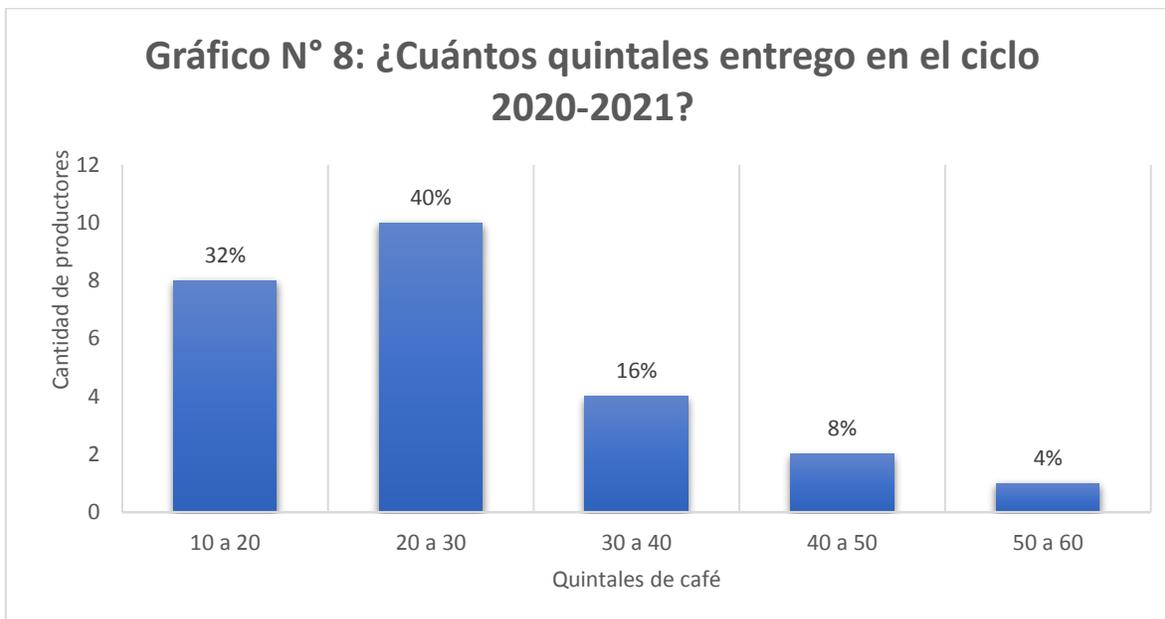
Según el **Gráfico N° 6**, el **48%** de los productores encuestados entregan café directamente a la cooperativa entre 11 a 15 años; y un **32%** obteniendo un resultado de 16 a 20 años, con una minoría de **20%** que entrega de 5 a 10 años.



*Gráfico N° 7 Quintales entregado a la UCA en ambos ciclos*

*Fuente: Elaboración Propia con base a instrumentos aplicados*

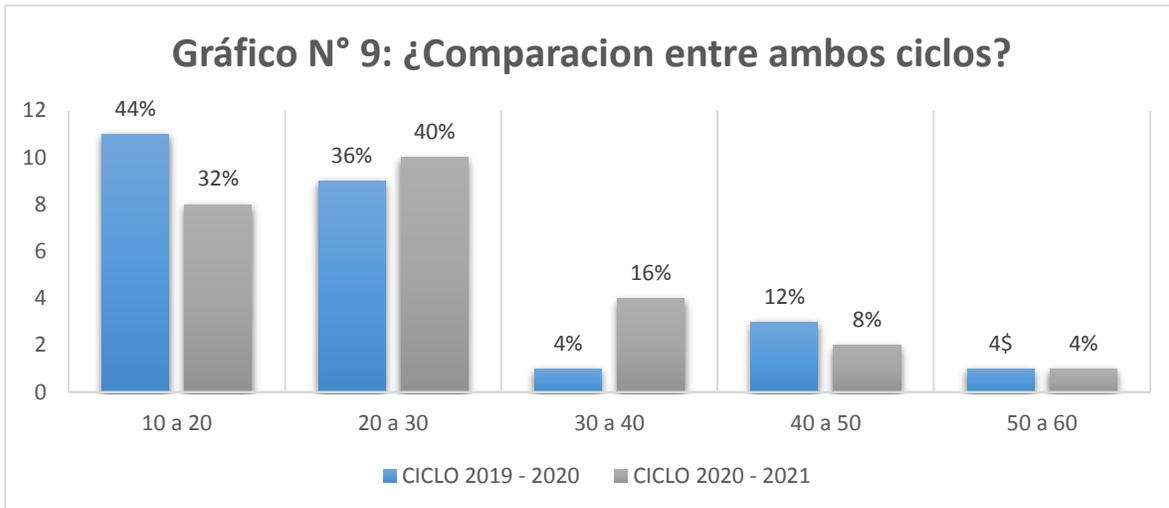
De acuerdo con el **Gráfico N° 7**, investigamos que cantidades de café entregaban los productores en el ciclo 2019-2020 predominaron los productores que un **44%** entregan de 10 a 20 qq de café. Un **36%** entregan de 20 a 30, seguido de un **12%** de 40 a 50 y por ultimo entre 30 a 40 y 50 a 60 un promedio del **4%** cada uno. Teniendo un promedio de 20qq por productores.



*Gráfico N° 8: Quintales entregado a la cooperativa en el ciclo 2020-2021*

*Fuente: Elaboración Propia con base a instrumentos aplicados*

Según el **Gráfico N° 8**, cuando investigamos cuantos quintales de quintales de café entregaron en el ciclo 2020-2021, predominaron que los productores entregaron entre 10 a 20 quintales de café con **32%**, y los que entregaron entre 20 a 30 quintales con un **40%** de productores; seguidamente de entre 30 a 40 quintales de café con un **16%** de productores. Y entre 40 a 50 quintales con **8%** de productores y por ultimo de 50 a 60 con un **4%** de productores. Obteniendo un promedio de 19 quintales por productores.

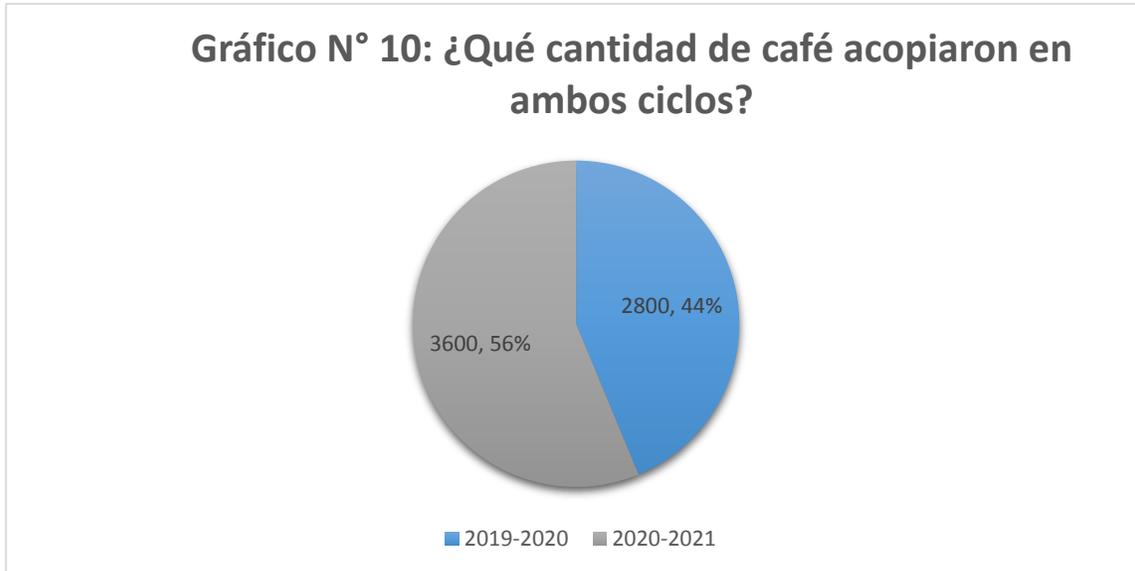


*Gráfico N° 9 Comparación entre ambos ciclos*

*Fuente: Elaboración Propia con base a instrumentos aplicados*

En el **Gráfico N° 9**, podemos observar que en ambos ciclos predominan pequeños y medianos productores, se muestra una mejoría en volúmenes de producción de los pequeños productores entre el año base 2019-2020 que mejora la capacidad de exportación de la Cooperativa hacia mercados internacionales en ambos periodos comparados, lo que está directamente relacionado con el precio internacional del producto.

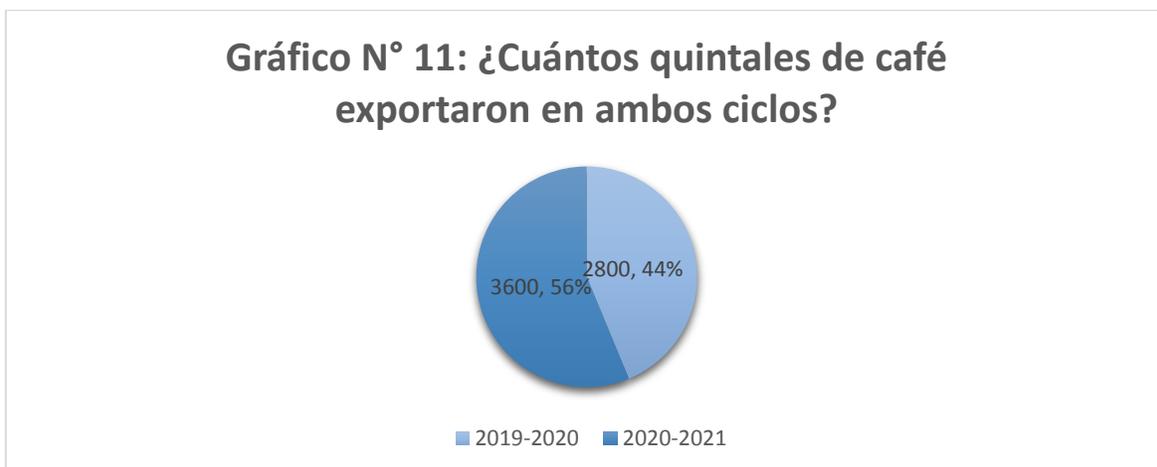
- ✚ Comparar el flujo de las exportaciones de café entre los ciclos 2019-2020 y 2020-2021.



*Gráfico N° 10 Cantidad de café que acopiaron en ambos ciclos*

*Fuente: Elaboración Propia con base a instrumentos aplicados*

Según el **Gráfico N° 10**, el **44%** se predominó que la cooperativa acopio 2,800 quintales en el ciclo base 2019-2020, sin embargo, en el ciclo actual hubo un aumento del **56%** con una cantidad de 3,600 quintales por parte de la UCA.

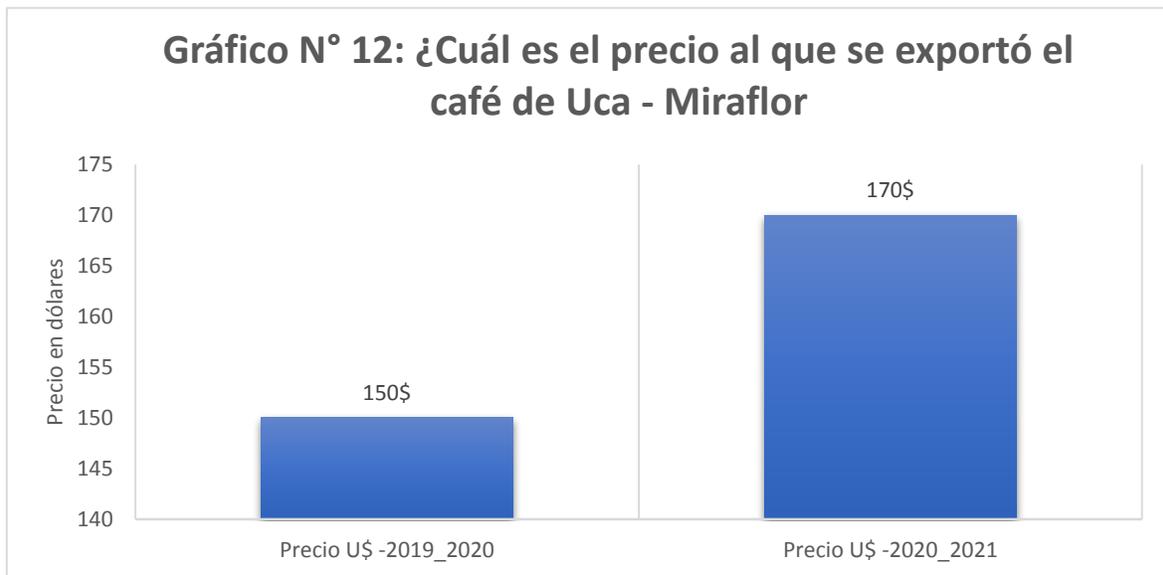


*Gráfico N° 11 Quintales de café que exportaron en ambos ciclos*

*Fuente: Elaboración Propia Icon base a instrumentos aplicados*

En el **Gráfico N° 11**, obteniendo un **44%** con una cantidad de 2,800 en el ciclo base 2019-2020, sin embargo, en el ciclo actual 2020-2021 con un **56%** con la cantidad 3,600 quintales. Se determina que la cantidad que se acopia es la misma cantidad que se exporta.

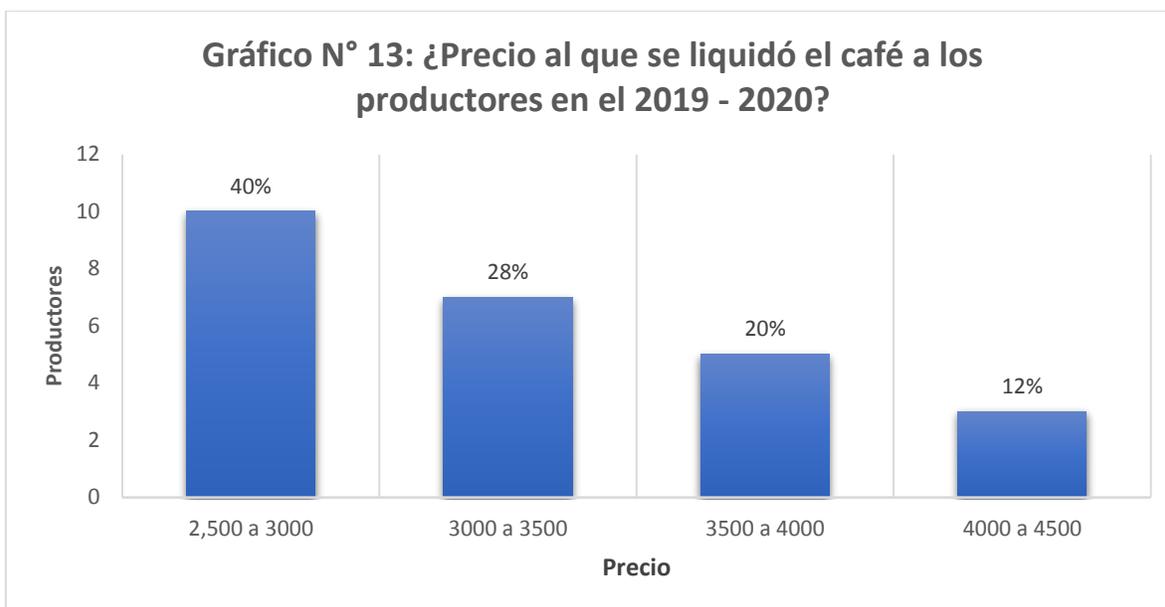
**✚ Determinar la participación económica por parte de la cooperativa Uca Mirafior en las exportaciones de café al mercado externo.**



*Gráfico N° 12 Precio al que se s exportó*

*Fuente: Elaboración Propia 2con base a instrumentos aplicados*

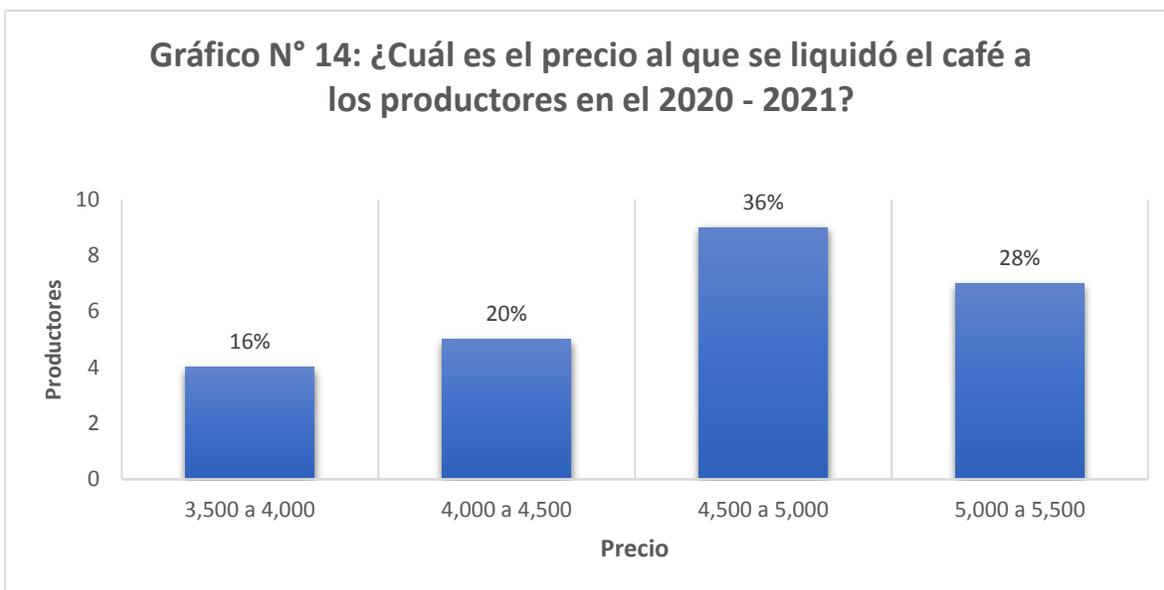
De acuerdo con el **Gráfico N° 12**, al buscar la información sobre el precio de liquidación del café exportado por parte de la cooperativa encontramos que en el ciclo base 2019-2020 el precio promedio de exportación fue de C\$ 5,250.00, que equivalen a **\$ 150.00 dólares**, sin embargo, en el ciclo actual 2021-2020 el precio promedio de exportación es de C\$ 6,120.00 córdobas equivalente a **\$ 170.00 dólares**. El promedio de venta de los dos periodos es de **\$ 145.00 dólares** por quintales.



*Gráfico N° 13 Precio liquidado a los productores en el ciclo 2019-2020*

*Fuente: Elaboración Propia con base a instrumentos aplicados*

En el **Gráfico N° 13**, la información que se obtuvo sobre el precio de liquidación del café en el ciclo base 2019 – 2020, indica que el **40%** de los productores vendieron a un precio de 2,500 a 3,000 córdobas, el **28%** liquidó su café a un precio entre los 3,000 a 3,500, un **20%** de los productores consiguió un precio más favorable que se estima entre los 3,500 a 4,000, mientras que el **12%** restante vendió su café entre 4,000 a 4,500, se determina que la principal causa en la diferencia de precios de liquidación tiene su origen en la calidad y tipo de café que produce y entrega cada productor.



*Gráfico N° 14 Precio al que se liquidó a los productores en el ciclo 2020-2021*

*Fuente: Elaboración Propia con base a instrumentos aplicados.*

En el **Gráfico N° 14**, para el ciclo 2020 – 2021, se registró aumento en los precios del café entregado por parte de los productores, el **16%** vendió entre 3,500 a 4,000, el **20%** recibieron pagos de 4,000 a 4,500, un **36%** de los productores indican que el precio de liquidación fue de 4,500 a 5,000 que indica el porcentaje más representativo de los encuestados y un **28%** obtuvo precios muy favorables entre 5,000 a 5,500. Para un promedio de C\$ 4,500 que en este periodo equivale a la cantidad de \$ **126.71 dólares**.



*Gráfico N° 15 Cantidad de café a destinos de exportación*

*Fuente: Elaboración Propia con base a instrumentos aplicados*

En el **Gráfico N° 15**, con respecto al destino de las exportaciones el **40%** es a mercado USA, el **20 %** a mercado de Alemania, el **20 %** a mercado de Inglaterra y el **20 %** a Mercado de Canadá, se observa una diversificación de las exportaciones a mercados estables y con capacidad alta de compra lo que puede favorecer el desarrollo futuro de las exportaciones de la cooperativa.

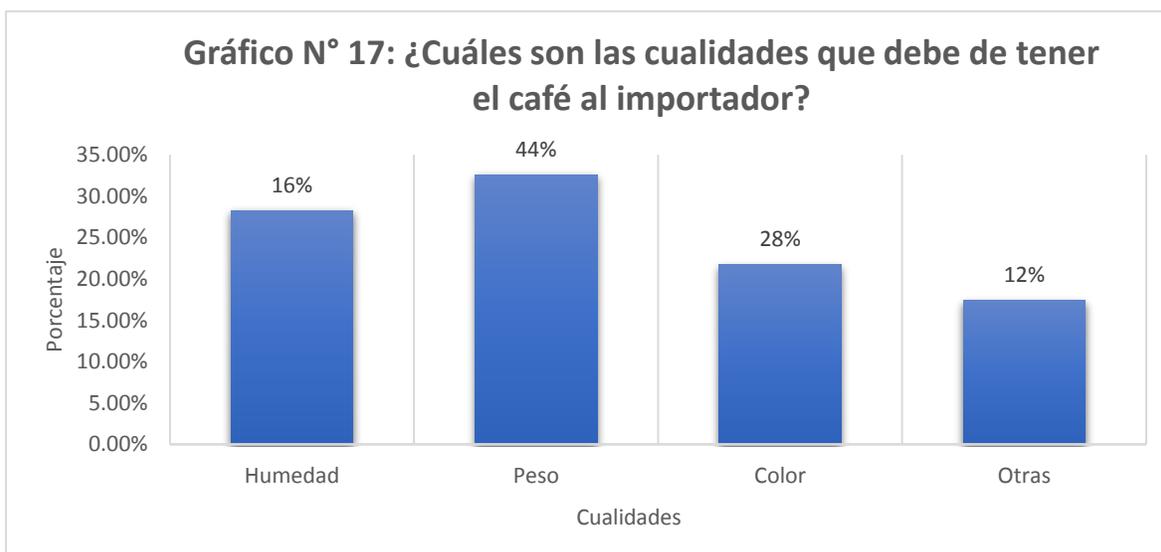


*Gráfico N° 16 Qué han generado las ventas en la cooperativa*

*Fuente: Elaboración Propia con base a instrumentos aplicados*

En el **Gráfico N° 16**, un aspecto muy importante es sobre como caracterizan las entradas de dinero obtenido de la comercialización de café. Por medio de la encuesta se conoció que el **67%** de los productores perciben ingresos sin hacer uso de los cálculos básicos sobre costos. Mientras que un **33%** de los encuestados aseguran que su actividad productiva les ha generado utilidades, restando los costos de los ingresos.

**Identificar los factores externos e internos que afectan el comportamiento de las exportaciones por parte de la cooperativa.**



*Gráfico N° 17 Cualidades que debe de tener el café al importador*

*Fuente: Elaboración Propia con base a instrumentos aplicados*

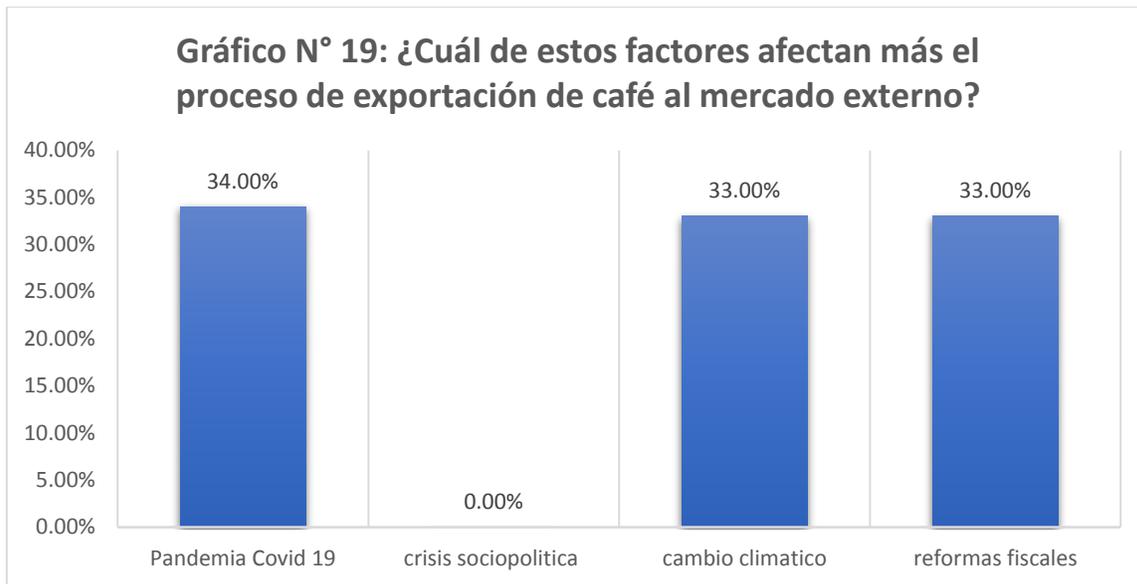
De acuerdo con el **Gráfico N° 17**, el nivel de importancia que los productores y los directores de la Cooperativa atribuyen a las características del café para la exportación reflejan que la humedad del café representa el **16%** de importancia del café, el peso del café el **44%**, el color el **28%** y otras características el **12%** como la calidad del producto; siendo estos los elementos claves de la calidad del producto para la exportación hacia mercados internacionales de café con precio justo.



*Gráfico N° 18 Tipo de café que entregan a la cooperativa*

*Fuente: Elaboración Propia con base a instrumentos aplicados*

Con el **Gráfico N° 18**, el estudio realizado sobre los tipos de café que se entregan y se comercializan en la cooperativa, nos muestra que 16 productores entregan café lavado, representando un **64%** de las exportaciones. El **28%** entregan café melado, siendo respaldado por 7 productores de la muestra estudiada y el porcentaje más bajo corresponde al café orgánico natural que se entrega por un **8%**. Puede tener relevancia la diversificación de tipo de café para las exportaciones optando a nuevas certificaciones.



*Gráfico N° 19 Factores que afectan el proceso de exportación*

*Fuente: Elaboración Propia con base a instrumentos aplicados*

De acuerdo con el **Gráfico N° 19**, luego de consultar a los productores y los administradores de la Cooperativa sobre los factores externos e internos que afectan las exportaciones de café de la Cooperativa, encontramos que las afectaciones por la pandemia del Covid 19 las valoran hasta en **34.00 %**, las afectaciones por la crisis sociopolítica en un **0%**, las afectaciones por el cambio climático las valoran hasta en un **33.00%** y las afectaciones por la reforma fiscal última del gobierno les está afectando hasta en un **33.00%%** por la carga impositiva, siendo los elementos externos los que representan un mayor porcentaje para las afectaciones de la actividad exportadora de la cooperativa en los dos periodos evaluados.

Gráfico N° 20: ¿Con qué tipo de certificación exportan?

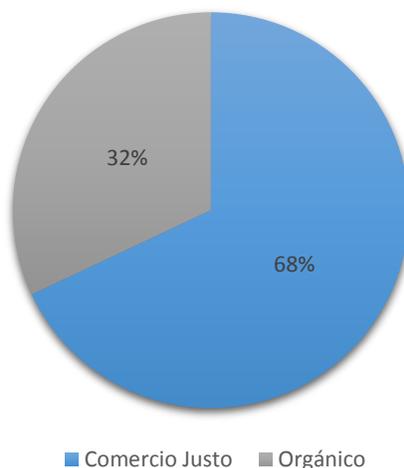
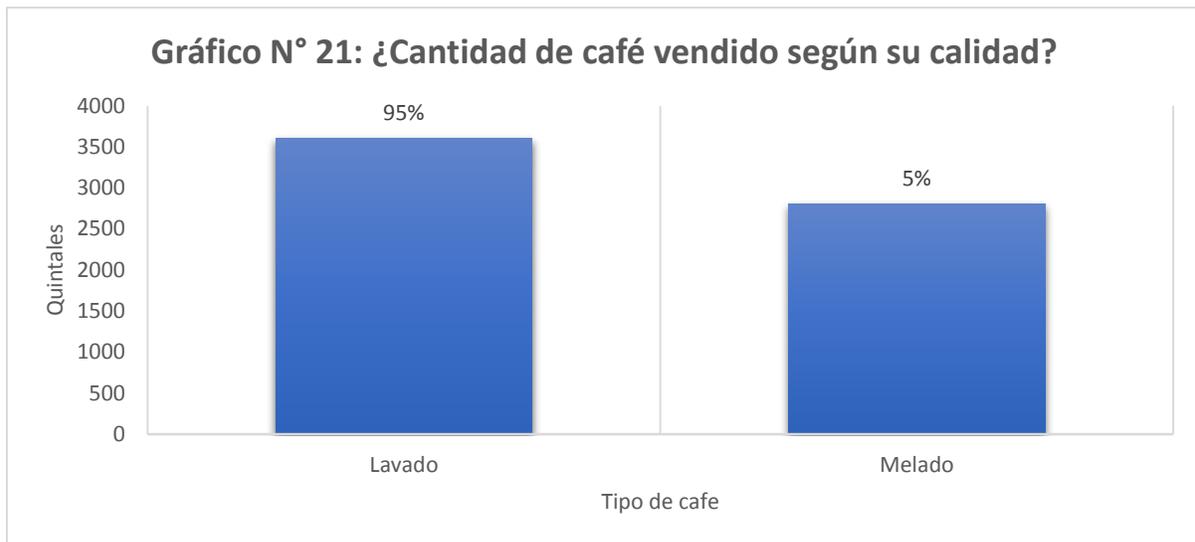


Gráfico N° 20 Tipo de certificación

Fuente: Elaboración Propia con base a instrumentos aplicados

Según el **Gráfico N°20**, con respecto a las certificaciones del café exportado estas corresponden al **68 %** a comercio justo y el **32 %** a café orgánico, siendo el orgánico el que tiene mejor precio en el mercado internacional, podría mejorarse la cantidad del orgánico para incrementar los ingresos de estas exportaciones, para lo que se requiere nuevas prácticas agrícolas de los productores.

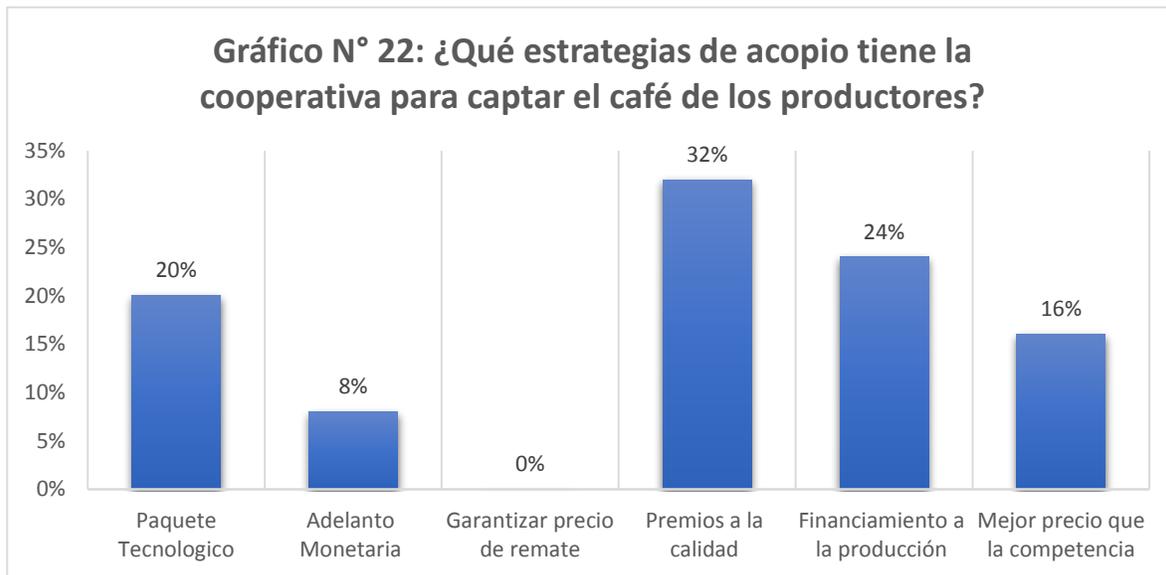
- ✚ Plantear estrategias que aporten al incremento de las exportaciones de café por parte de la cooperativa.



*Gráfico N° 21 Cantidad de café vendido según su calidad*

*Fuente: Elaboración Propia con base a instrumentos aplicados*

En el **Gráfico N° 21**, con respecto a la calidad del café exportado nos encontramos que de los 3,600 qq de café exportado a mercados internacionales el **95 %** fue café lavado y el **5 %** café melado. Si mejora la calidad del café, mejorarían los ingresos por las exportaciones de la cooperativa.



*Gráfico N° 22 Estrategias de acopio*

*Fuente: Elaboración Propia 4 con base a instrumentos aplicados*

Según el **Gráfico N° 22**, actualmente UCA Mirafior utiliza algunas estrategias para reforzar las asociaciones con los productores siendo las más importantes el reconocimiento a las calidad con un **32%**, seguido por el financiamiento a la producción al cual le asignan un **24%**, como parte de sus dinámicas la cooperativa entrega paquetes tecnológicos que representan un **20%** de las estrategias. Los precios favorables y adelantos monetarios no se consideran tan fundamentales con un **16%** y un **8%** respectivamente.

## 10.2. PROPUESTA DE ESTRATEGIAS

En la reserva natural Miraflores Moropotente se produce café cuyo nivel de rendimiento garantiza su excelente calidad, sin embargo, existen factores que afectan su rentabilidad generando pérdidas económicas al momento de realizar las exportaciones. Por ello, para garantizar la sostenibilidad se consideró necesario el diseño de estrategias, con el propósito de cumplir estándares de calidad y obtener mayor rentabilidad para la cooperativa y por ende para los productores de café.

Por consiguiente, se elaboró un análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA), del cual se identifican las principales líneas estratégicas con sus objetivos y actividades.

### 10.2.1. FODA.

UCA-Miraflores	
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo técnico con capacidad de afrontar los retos de futuro</li> <li>• Fuerza base social basada en la confianza entre la UCA y sus socios</li> <li>• Relaciones comerciales estables (85% de los clientes)</li> <li>• Infraestructura productiva desarrollada a nivel de productores (beneficio húmedo) y nivel de la UCA (Tostaduría)</li> <li>• Base social comprometida (productores)</li> <li>• Acceso a financiamiento (limitado)</li> <li>• El personal es originario de la zona (compromiso)</li> <li>• Cuenta con certificaciones (orgánicos, comercio justo, Bird friendly)</li> <li>• Capacidad productiva y diversificación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demanda insatisfecha de café especiales en mercado internacionales</li> <li>• Agroturismo nacional como unidad de negocio</li> <li>• Acceso a financiamiento a entidades externas.</li> <li>• Demanda de productos complementarios</li> </ul>

#### Debilidades

- Baja productividad con relación a la media productiva orgánica
- Falta de recursos de capital para inversión productiva y acopio
- Limitado acceso de financiamiento para la comercialización
- Poco personal respecto a la operación
- Comunicación interna en aspectos legales organizativos
- Falta de formación de órganos de dirección sobre aspectos financieros y comerciales
- Necesita organizar y registrar de forma de más adecuada reflejándolas de manera clara las operaciones financieras de la cooperativa
- Manuales y procedimientos pendientes

#### Amenazas

- Competencias desleales de compradores formales e informales
- Pandemia COVID 19
- Cambio climático
- Inestabilidad socio política de Nicaragua (riesgo país)
- Aplicaciones de reformas fiscales y normativas de regulación

### 10.2.2. Estrategias que mejoren las exportaciones de café en la UCA-Miraflor

Las estrategias que se propusieron a incorporar con la finalidad de lograr gran aceptación en el mercado nacional e internacional son las siguientes:

#### Línea estratégica N° 1: Producción competitiva

**Objetivo:** Mejorar la capacidad productiva de los productores para contribuir a un mayor volumen de exportación.

#### Actividades:

- Implementar técnicas adecuadas de recolección y limpieza del grano, para obtener una mejora en la calidad del producto.
- Instruir sobre cómo combatir las diversas plagas que provocan mayores afectaciones en los cultivos.

- Dar a conocer a los productores sobre los requerimientos y exigencias del mercado externo.
- Promover seguimientos constantes a las fincas para poner en práctica el proceso óptimo de producción.

**Línea estratégica N° 2:** Financiamiento para la producción y comercialización del café.

**Objetivo:** Captar inversionistas nacionales y extranjeros que colaboren al respaldo financiero que necesita la cooperativa para su buen desempeño

**Actividades:**

- Generar condiciones rentables ante los inversionistas y asociados
- Realizar plan más efectivo sobre la distribución de los ingresos

**Línea estratégica N° 3:** Fortalecimiento del personal administrativo de la cooperativa

**Objetivo:** Adquirir personal que aporte al desarrollo eficaz y eficiente de las actividades laborales.

**Actividades:**

- Atraer talento humano dispuesto a adquirir capacidades competitivas según los objetivos de la cooperativa
- Inducir correctamente a las personas contratadas para su buen desempeño en el área asignada
- Distribución equitativa de actividades cotidianas.



**Línea estratégica N° 4:** Reingeniería de la estructura organizacional.

**Objetivo:** Identificar las áreas de oportunidad de la cooperativa.

**Actividades:**

- Revisar como esta complementado el organigrama.
- Establecer un responsable por cada cargo que requiera una atención permanente.
- Profundizar en la necesidad de personal capaz de aportar a la toma de decisiones de la cooperativa.

**Línea estratégica N° 5:** Incremento de destinos comerciales.

**Objetivo:** Establecer relaciones comerciales con países interesados en adquirir la producción de café.

**Actividades:**

- Participación en ferias y ruedas de negocios.
- Diversificación de la producción según las preferencias de donde se pretende introducir el producto.
- Realización de publicidad haciendo uso de los medios disponibles y accesibles.



## 11. CONCLUSIONES

Los productores de la cooperativa Uca-Miraflor, muestran una mejoría en volúmenes de producción entre el ciclo base 2019-2020 y el ciclo actual 2020-2021 mejorando la capacidad de exportación de la Cooperativa hacia mercados internacionales, lo que está directamente relacionado con el precio internacional del producto.

Este aumento en la producción de café se dio a pesar de las afectaciones generadas por factores externos e internos que representan un impacto negativo sobre las exportaciones de café de la Cooperativa, por la pandemia del Covid 19 se reducen las posibilidades de expandir la producción, así mismo por la crisis sociopolítica que genera emigración, como consecuencia de esto la escasez de mano de obra, otro factor es el cambio climático que provoca desastres naturales y las afectaciones por la última reforma fiscal del gobierno por la carga impositiva, siendo estos los elementos que afectan la actividad exportadora de la cooperativa en los dos periodos evaluados.

La participación económica de la Uca-Miraflor en cuanto a volumen y valor monetario muestra que en ambos ciclos analizados hubo variación, en el precio de liquidación del café exportado por parte de la cooperativa encontramos que el 2019-2020 el precio promedio de exportación fue de C\$ 5,250.00, que equivalen a \$ 150.00 dólares y el periodo del 2021-2020 el precio promedio de exportación es de C\$ 6,120.00 córdobas equivalente a \$ 170.00 dólares. Los ingresos de la UCA Miraflor por exportaciones de café en el periodo 2019-2020 por la venta de 3,600 qq de café a un precio de \$ 150.00 fue de \$ 540,000.00 Mil dólares y para el periodo de 2020-2021 las ventas fueron 3,800 quintales a \$ 170.00 para unos ingresos de \$ 646,000.00 mil dólares.

Las exportaciones de café de los 3,600 y 3,800 qq el 68 % responden a café lavado, el 28 % a café melado y el 8 % café orgánico; las exportaciones estas corresponden al 70 % a comercio justo y el 30 % a café orgánico.



Como parte del objetivo de las estrategias, los datos antes mencionados permitieron dar paso a la propuesta de estrategias aplicables para la mejora de procesos productivos, administrativos y comerciales, que son la clave para conservar los destinos de exportación del café, a través de buenas prácticas de cultivo, organización y dirección, importantes para definir la aceptación del mercado externo.

Finalizando con la investigación la hipótesis que se planteó al iniciar esta investigación es que las exportaciones de café de la UCA-Miraflor aumentan con el impacto de los factores externos e internos, lo cual la hipótesis se acepta, por lo tanto los resultados que se obtuvieron al analizar ambos periodos confirman estadísticamente.

## 12. RECOMENDACIONES

### A la UCA- Miraflores:

- Brindar asesoría financiera a los productores sobre los ingresos que obtengan de la venta del café, para aumentar su porcentaje de utilidades.
- Diversificar los destinos de exportación lo que permitirá obtener mejores ofertas monetarias según la calidad del café.
- Ampliar la base de productores que entregan café a la cooperativa y garantizar su certificación para acopiar más café y de mejor calidad para colocarlo en el mercado internacional con el cual tiene relaciones la UCA Miraflores.

### A los productores:

- Mejorar la participación de integración en actividades que promueve la cooperativa con el fin de apoyar y fortalecer el conocimiento sobre el proceso de producción y exportación del café.
- Poner en práctica acciones estratégicas amigables con el medio ambiente, de esta manera reducir el impacto que representa el cambio climático por medio de los desastres naturales.
- Invertir en la producción de café para tener la oportunidad de diversificar la producción que se entrega a la cooperativa y no depender solo de un tipo de café, como sucede con la mayoría de los productores.

### A la Universidad:

- Que continúe brindando apoyo a los estudiantes para la formación de profesionales con capacidades altamente competitivas.

### 13. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Chavarria, K. M. (25 de Julio de 2021). *UNAN-Leon.edu.ni*. Obtenido de <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/bitstream/123456789/2473/1/211181.pdf>
- Christhiam, R. (2008). *El cafe en Nicaragua, Analisis y Descripcion del Comportamiento del Rubro*. Managua.
- Ecodes. (2006). *Cafe Sostenible de Nicaragua es valorado en España*. Managua: ECODES.
- Erick, B. (2013). *Nota la de Prensa sobre Produccion de cafe en Nicaragua*. Managua.
- Gonzalez, G. I. (Diciembre de 2021). El cafe en Nicaragua, Analisis y Descripcion del Comportamiento del Rubro. (A. Torres, Entrevistador) Managua.
- Guilleermo, W. (2016). *Definiciones de Estrategias, Diccionario Economico*. España.
- Miraflor, U. (2018). *Produciendo cafe de calidad a pesar de las Adversidades*. Esteli: Pagina Weeb.
- Miraflor, U. (20 de Diciembre de 2021). *UCA Miraflor, Nuestro cafe*. Obtenido de <https://ucamiraflor.org/nuestro-cafe/>
- P.Enriquez, V. S. (2011). *El ABC del exportador Nicaraguense CEI*. Managua.
- Perez Scarleth y Villavicencio Miriam. (2004). *Caracteristicas principales de los mercados actuales y futuros del cultivo de cafe en Nic*. mATAGALPA: CURM MATAGALPA.
- Propias, F. (2021). Encuesta a Productores y Administradores de la Cooperativa. Esteli.
- Rivera, M. J., Centeno, U. M., & Moreno, L. d. (18 de Agosto de 2021). *Repositorio UNAN-Managua*. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/8862/1/18829.pdf>
- Salinas, K. O., & Acuña, N. D. (20 de Noviembre de 2021). *Repositorio, UNAN-Farem*. Obtenido de <http://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/1923>
- UCA-Miraflor, C. (19 de Diciembre de 2021). *Alianzas y Miembros asociados a la cooperativa*. Obtenido de <https://ucamiraflor.org/quienes-somos/#1572235605908-b5f70baf-e426>
- Yelitza, P. Z. (2021). *Modelo Fundamentado en valores y objetivos del desarrollo sostenible*. Madrid, España: Revista Vinculado.
- Yendris, L. G. (2016). *Comportamiento de las exportaciones de cafe en Nicaragua 2009-2013*. Managua.

## 14. ANEXOS

### 14.1. Tabla para calcular la muestra finita

Confianza	Z	P	Q	Error	n	Numerador	Denominador	n
95.0	2.706025	0.80	0.20	0.01	105	45.46122	1.472964	31

N: Poblacion

Z: Nivel de confianza

P: Probabilidad de éxito

Q: Probabilidad de fracaso

E: Error de muestra

N: muestra

Núm.:  $NZ^2pq$

Denominador:  $(N-1) e^2 + Z^2pq$

### 14.2. GUIA DE OBSERVACION DE PROCESOS DE EXPORTACION

Periodo Valorado	2018	2019	2020	2021
<b>Aspecto a evaluar</b>				
<b>1. Registros de acopio de café durante los últimos dos periodos 2020-2021.</b>				
Cantidad de QQ Oro				
Calidad del producto				
Certificación de la exportación				

**2. Registros de las exportaciones de café hacia mercado internacional de la UCA MIRAFLORES durante los dos últimos periodos 2020-2021**



Valor Monetario				
Tipo de Comprador				
Precio de Venta				
<b>3. Proceso de acopio, secado del café en la UCA MIRAFLOR para la exportación.</b>				
QQ acopiado en Pergamino				
Rendimiento del café acopiado				
Calidad del Producto				
<b>4. Proceso de exportación del café en la UA MIRAFLOR hacia mercados internacionales.</b>				
Direcciona actividades tendientes a la construcción del conocimiento informático.				
Promueve la utilización de redes, dispositivos móviles y equipos audiovisuales y digitales				
Total:				
Total/10:				

<b>5. Observaciones sobre los parámetros de calidad del producto en la UCA MIRAFLOR.</b>				
Orgánico				
Altura				
Sombra				
<b>6. Observaciones sobre las certificaciones del café de exportación en la UCA MIRAFLOR.</b>				
Comercio Justo				
Orgánico				
Otras				



## Facultad Regional Multidisciplinaria de Estelí FAREM Estelí

### Señores Funcionarios de UCA Mirafior

#### Estimados Señores:

Somos estudiantes de la carrera de Economía que se imparte en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, en la facultad regional multidisciplinaria FAREM Estelí, estamos realizando una investigación de Seminario de Graduación Titulado “Comportamiento de las Exportaciones de Café en la UCA Mirafior” esta encuesta nos será de mucha utilidad para determinar volúmenes de exportación, calidad de la exportación y nivel de satisfacción de los productores de café afiliados a la UCA Mirafior.

Para el cumplimiento de este objetivo, sus repuestas serán de gran importancia como validación y aporte a esta investigación.

Agradecemos de antemano sus puntos de vistas y nos comprometemos a manejar con mucho sigilo la información que nos aporten.

Estudiantes:

- ◇ Edwin Omar Rodríguez González
- ◇ Alondra Yelitz Torres Rugama

- ◇ Ana Yancis Rivera Castellanos

**ENCUESTA A FUNCIONARIOS DE UCA-MIRAFLOR**

**Datos generales**

**Nombre y Apellido:**

---

1) ¿Qué cargo desempeña actualmente?

- Gerente\_\_\_\_
- Comercialización\_\_\_\_
- Contabilidad \_\_\_\_\_
- Técnico\_\_\_\_
- Tostaduría\_\_\_\_

2) ¿Cuántos años tiene de trabajar en la UCA Mirafior?

- 0 a 10 \_\_\_\_
- 11 a 20 \_\_\_\_
- 21 a 30 \_\_\_\_
- Otro \_\_\_\_\_

3) ¿Cuántos productores le entregan café a la UCA Mirafior?

- 5-10 \_\_\_\_
- 11-20 \_\_\_\_
- 21-30 \_\_\_\_
- Otro \_\_\_\_\_

**a.- Comparar el flujo de las exportaciones de café entre el periodo 2019-2020 y 2020-2021.**



4) ¿Qué cantidad de café acopiaron en los dos ciclos anteriores de producción?

- 2019-2020 \_\_\_\_\_
- 2020-2021 \_\_\_\_\_

5) ¿Cuántos quintales han exportado en los dos últimos ciclos?

- 2019-2020 \_\_\_\_\_
- 2020-2021 \_\_\_\_\_

**b.- Determinar la participación económica por parte de la cooperativa Uca Mirafior en las exportaciones de café al mercado externo.**

6) ¿Cuál es el precio al que se liquidó su café en ambos ciclos?

- 2019-2020 \_\_\_\_\_
- 2020-2021 \_\_\_\_\_

7) ¿Qué cantidad de café se comercializa según su destino de exportación?

- Estados Unidos \_\_\_\_\_
- Alemania \_\_\_\_\_
- Inglaterra \_\_\_\_\_
- Canadá \_\_\_\_\_

8) ¿Que han generado las ventas de café de la cooperativa?

- Ingresos \_\_\_\_\_
- Ahorros \_\_\_\_\_



- Utilidades \_\_\_\_\_

**c.- Identificar los factores externos e internos que afectan el comportamiento de las exportaciones por parte de la cooperativa.**

9) ¿Cuáles son las cualidades que debe de tener el café al importador?

- Humedad \_\_\_\_\_
- Peso \_\_\_\_\_
- Color \_\_\_\_\_
- Calidad \_\_\_\_\_
- Otras \_\_\_\_\_

10. ¿Con que tipo de certificación exportan?

- Comercio justo \_\_\_\_\_
- Amigables con los pájaros \_\_\_\_\_
- Orgánico \_\_\_\_\_

11. ¿Cuál de estos factores afecta más el proceso de exportación de café al mercado externo?

- Pandemia Covid-19 \_\_\_\_\_
- Crisis sociopolítica \_\_\_\_\_
- Cambio climático \_\_\_\_\_
- Reformas fiscales \_\_\_\_\_

**d.- Plantear estrategias que aporten al incremento de las exportaciones de café por parte de la cooperativa.**



12. ¿Cantidad de café vendido según su calidad?
- Orgánico \_\_\_\_\_
  - Lavado \_\_\_\_\_
  - Melado \_\_\_\_\_
13. ¿Le han regresado café del que ha exportado al mercado externo?
- Si \_\_\_\_\_
  - No \_\_\_\_\_
14. ¿Está satisfecho con la relación comercial con los demás países?
- Si \_\_\_\_\_
  - No \_\_\_\_\_
15. ¿Continuara esta relación de negocio con los demás países?
- Si \_\_\_\_\_
  - No \_\_\_\_\_



## **Señores productores de café de UCA Mirafior**

### **Estimados Señores:**

Somos estudiantes de la carrera de Economía que se imparte en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, en la facultad regional multidisciplinaria FAREM Estelí, estamos realizando una investigación de Seminario de Graduación Titulado “Comportamiento de las Exportaciones de Café en la UCA Mirafior” esta encuesta nos será de mucha utilidad para determinar su aporte con la producción de café a la exportaciones de la UCA Mirafior y conocer el nivel de satisfacción en su relación productiva y comercial con la UCA Mirafior. Para el cumplimiento de este objetivo, sus repuestas serán de gran importancia como validación y aporte a esta investigación.

Agradecemos de antemano sus puntos de vistas y nos comprometemos a manejar con mucho sigilo la información que nos aporten.

Estudiantes:

- ◇ Edwin Omar Rodríguez González
- ◇ Alondra Yelitza Torres Rugama
- ◇ Ana Yancis Rivera Castellanos

## ENCUESTA A PRODUCTORES DE CAFÉ UCA-MIRAFLOR

### Datos generales

1) **Edad** \_\_\_\_\_

2) **Sexo :**

- **F** \_\_\_\_\_

- **M** \_\_\_\_\_

3) ¿Cuántos años tiene de entregar café a la UCA Mirafior?

- 5 a 10 \_\_\_\_\_

- 11 a 15 \_\_\_\_\_

- 16 a 20 \_\_\_\_\_

- Más \_\_\_\_\_

**a.- Comparar el flujo de las exportaciones de café entre el periodo 2019-2020 y 2020-2021.**

4) ¿Cuántos quintales entrego en el ciclo 2019-2020?

- 10 a 20 \_\_\_\_\_

- 20 a 30 \_\_\_\_\_

- 30 a 40 \_\_\_\_\_

- 40 a 50 \_\_\_\_\_

- 50 a 60 \_\_\_\_\_

5) ¿Cuántos quintales entrego en el ciclo 2020-2021?

- 10 a 20 \_\_\_\_\_

- 20 a 30 \_\_\_\_\_

- 30 a 40 \_\_\_\_\_

- 40 a 50 \_\_\_\_\_

- 50 a 60 \_\_\_\_\_

**b.- Determinar la participación económica por parte de la cooperativa Uca Mirafior en las exportaciones de café al mercado externo.**

6) ¿Cuántos quintales han exportado en los dos últimos ciclos?

2019-2020 \_\_\_\_\_ 2020-2021 \_\_\_\_\_

7) ¿Cuál es el precio al que se liquidó su café en el 2020 y 2021?

2019-2020 \_\_\_\_\_ 2020-2021 \_\_\_\_\_

**c.- Identificar los factores externos e internos que afectan el comportamiento de las exportaciones por parte de la cooperativa.**

8) ¿Cuáles son las condiciones para entregar el café a beneficios?

- Humedad \_\_\_\_\_

- Peso \_\_\_\_\_

- Color \_\_\_\_\_

- Otras \_\_\_\_\_

9) ¿Qué tipo de café entrega a la cooperativa?

- Melado \_\_\_\_\_

- Lavado \_\_\_\_\_

- Café orgánico \_\_\_\_\_

- Otros \_\_\_\_\_

10) ¿Qué tipo de certificación tiene?

- Comercio justo \_\_\_\_\_

- Orgánico \_\_\_\_\_



- Otras \_\_\_\_\_

**d.- Plantear estrategias que aporten al incremento de las exportaciones de café por parte de la cooperativa.**

11) ¿Qué estrategias de acopio tiene la cooperativa para captar el café de los productores?

- Paquete tecnológico \_\_\_\_\_
- Adelanto Monetario \_\_\_\_\_
- Garantizar precio de remate \_\_\_\_\_
- Premios a la Calidad \_\_\_\_\_
- Financiamiento a la producción \_\_\_\_\_
- Mejor precio que la competencia \_\_\_\_\_

12) ¿Le han regresado café del que ha entregado a la cooperativa?

- Si \_\_\_\_\_
- No \_\_\_\_\_

13) ¿Está satisfecho con la relación comercial con la UCA Miraflores?

- Si \_\_\_\_\_
- No \_\_\_\_\_

14) ¿Continuara esta relación de negocio con la UCA Miraflores?

- Si \_\_\_\_\_
- No \_\_\_\_\_

## Tablas de Excel

*Tabla 1 ¿Qué cargo desempeñan los funcionarios?*

¿Qué cargo desempeñan los funcionarios?		
Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
Gerente	1	33%
Tostaduría	-	-
Contabilidad	-	-
Comercialización	-	-
Técnico	2	67%

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

*Tabla 2: ¿Cuántos años tiene de trabajar en la UCA?*

¿Cuántos años tiene de trabajar en la UCA-Miraflor?		
Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
0 a 10	1	34%
11 a 20	1	33%
21 a 30	1	33%
Otros	-	-

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

*Tabla 3: ¿Cuántos productores le entregan café a la UCA?*

¿Cuántos productores le entregan café a la UCA Miraflor?		
Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
5 a 10	0	-
11 a 20	0	-
21 a 30	30	37%
Otros	52	63%

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

**Tabla 4: Sexo de los productores**

¿Sexo de los productores?		
Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	17	68%
Femenino	8	32%

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

**Tabla 5: Edad de los productores**

¿Edad de los productores?				
Intervalos	Frecuencia		Porcentaje	
	M	F	M	F
31 a 40	1	-	4%	-
41 a 50	3	4	12%	16%
51 a 60	10	3	40%	12%
61 a 70	3	1	12%	4%

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

**Tabla 6: Años de trabajar en la UCA**

¿Cuántos años tiene de entregar café a la UCA Miraflores?		
Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
5 a 10	5	20%
11 a 15	12	48%
16 a 20	8	32%
Más	-	-

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

**Tabla 7: Quintales entregado en el ciclo 2019-2020**

¿Cuántos quintales entrego en el ciclo 2019-2020?		
Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
10 a 20	11	44%
20 a 30	9	36%
30 a 40	1	4%
40 a 50	3	12%
50 a 60	1	4%

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

**Tabla 8: Quintales entregado en el ciclo 2020-2021**

¿Cuántos quintales entrego en el ciclo 2020-2021?		
Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
10 a 20	8	32%
20 a 30	10	40%
30 a 40	4	16%
40 a 50	2	8%
50 a 60	1	4%

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

**Tabla 9: Comparación entre ambos ciclos**

¿Comparación entre ambos ciclos?				
Intervalos	Frecuencia		Porcentaje	
	2019 - 2020	2020 - 2021	2019-2020	2020-2021
10 a 20	11	8	44%	32%
20 a 30	9	10	36%	40%
30 a 40	1	4	4%	16%
40 a 50	3	2	12%	8%
50 a 60	1	1	4%	4%

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

**Tabla 10: Cantidad de café acopiado en ambos ciclos**

¿Qué cantidad de café acopiaron en ambos ciclos?		
Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
2019-2020	2800	44%
2020-2021	3600	56%

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

**Tabla 11: Cantidad de café que se exportó en ambos ciclos**

¿Cuántos quintales de café exportaron en ambos ciclos?		
Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
2019-2020	2800	44%
<b>2020-2021</b>	<b>3600</b>	<b>56%</b>

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

**Tabla 12: Precio al que se exportó el café de la cooperativa**

¿Cuál es el precio al que se exportó el café de la UCA?	
Intervalos	Frecuencia
2019-2020	150\$
2020-2021	170\$

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

**Tabla 13: Precio al que se liquidó el café a los productores en el ciclo 2019-2020**

¿Precio al que se liquidó el café a los productores en el ciclo 2019-2020?		
Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
2500 a 3000	10	40%
3000 a 3500	7	28%
3500 a 4000	5	20%
4000 a 4500	3	12%

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

**Tabla 14: Precio al que se liquidó el café a los productores en el ciclo 2020-2021**

¿Cuál es el precio al que se liquidó el café a los productores en el ciclo 2020-2021?		
Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
2500 a 3000	4	16%
3000 a 3500	5	20%
3500 a 4000	9	36%
4000 a 4500	7	28%

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

**Tabla 15: Cantidad de café comercializada según el destino de exportación**

¿Qué cantidad de café se comercializa según su destino de exportación?	
Intervalos	Porcentaje
Estados Unidos	40%
Alemania	20%
Inglaterra	20%
Canadá	20%

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

**Tabla 16: ¿Qué han generado las ventas de café en la UCA?**

¿Qué han generado las ventas de café en la UCA?		
Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
Ingresos	2	67%
Ahorros	-	-
Utilidades	1	33%

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

**Tabla 17: Cualidades que debe de tener el café al importador**

¿Cuáles son las cualidades que debe de tener el café al importador?		
Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
Humedad	4	16%
Peso	11	44%
Color	7	28%
Otros	3	12%

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

**Tabla 18: Tipo de café que entrega la UCA:**

¿Qué tipo de café entrega la cooperativa?		
Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
Lavado	16	64%
Melado	7	28%
Orgánico	2	8%

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

**Tabla 19: Factores que afectan el proceso de exportación al mercado externo**

¿Cuál de estos factores afectan más el proceso de exportación al mercado externo?		
Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
Pandemia covid-19	1	34%
Crisis socio-política	0	-
Cambio climático	1	33%
Reformas fiscales	1	33%

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

**Tabla 20: Tipo de certificación que exportan**

¿Con qué tipo de certificación exportan?		
Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
Comercio Justo	2	68%
Orgánico	1	32%

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

**Tabla 21: Café vendido según su calidad**

¿Cantidad de café vendida según su calidad?		
Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
Lavado	3600	56.25%
Melado	2800	43.75%

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*

**Tabla 22: Estrategias de acopio que tiene la UCA para captar el café a los productores**

¿Qué estrategias de acopio tiene la cooperativa?		
Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
Paquete tecnológico	5	20%
Adelanto Monetario	2	8%
Garantizar precio de remate	-	0%
Premios a la calidad	8	32%
Financiamiento a la producción	6	24%
Mejor precio que la competencia	4	16%

*Fuente: Elaboración Propia con base a cuestionario aplicado*



Café Melado



Café Lavado



Café tostado





