



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA CUR – MATAGALPA

Seminario de Graduación para Optar al Título de Licenciado (a) en Administración de Empresas.

Tema:

Impactos de Tratados de Libre Comercio e Inversión Extranjera en Diferentes Sectores de Industria y Agrícola de Nicaragua.

Sub tema:

Análisis de la Situación Actual del Sector Cafetalero Nicaragüense, frente a los tratados de Libre Comercio.

Autores:

- 1) *Magda García Raitt*
- 2) *José Daniel Martínez Sotelo.*

Tutor:

Espec: Natalia Golovina

Matagalpa Marzo 2006

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo en primer lugar a Dios, ser Supremo que nos dotó con el saber y entender necesario para elaborarlo, a nuestras Madres, que nos dieron el ser y apoyo constante a lo largo de nuestras vidas para lograrlo.

AGRADECIMIENTO

Sincero Agradecimiento a la profesora Natalia Golovina, que nos oriento a cada momento sobre la elaboración del presente documento, y a todos los amigos que nos facilitaron las fuentes de información necesaria para su realización.

INTRODUCCION

En el presente estudio del sector cafetalero en el desarrollo que ha tenido a lo largo de su historia en Nicaragua, se han tomado en cuenta diferentes aspectos como son: la introducción del café a nuestro país, conformación del sector cafetalero en sus diferentes gremios, comercialización a nivel nacional como internacional, desarrollo y diferentes etapas del sector, y su relación con el comercio internacional enmarcado dentro del Tratado de Libre Comercio (CAFTA-DR), USA.

El sector cafetalero ha consolidado sus organizaciones para enfrentar la crisis que actualmente lo esta afectando, para lo cual ha desarrollado diferentes estrategias con el objetivo de que el café producido de éstas sea más competitivo a nivel internacional, llevado a cabo por las Cooperativas que son empresas asociativas de interés social constituidas legalmente por la libre voluntad de sus asociados para producir de forma colectiva, bienes, o generar servicios en beneficios de sus asociados y las Asociaciones compuestas por productores y beneficiadoras de café, se forman con el objetivo de promover el cultivo, mejorar la calidad y conseguir en el mercado mejores precios para el café de sus socios, todo en beneficio de los integrantes de las asociaciones.

Esta investigación se desarrollo en la ciudad de Matagalpa, utilizando la metodología de investigación explicativa y se utilizo el método teórico haciendo uso de las diferentes fichas: bibliográficas, de resumen y contenido, se recurrió a las fuentes de información como son: bibliografía, revistas, periódicos, Internet y consultas realizadas a personas vinculadas al sector.

INDICE

I.- Introducción	1
II.- Justificación	2
III.- Objetivos	3
IV.- Desarrollo del Sector Cafetalero en Nicaragua	
4.1.- Origen del Sector Cafetalero en Nicaragua.....	4
4.2.- Conformación del Sector Cafetalero.....	9
4.2.1.- Cooperativas	11
4.2.2.- Asociaciones	12
4.3.- Antecedentes	
4.3.1.- Problemas enfrentados por el sector cafetalero para llegar a unificarse en Cooperativas y Asociaciones.....	18
4.3.2.-Diferentes esfuerzos realizados por el sector cafetalero para mantenerse unidos frente a las negociaciones del rubro en el exterior.....	22
4.3.3.- Relaciones Comerciales del sector cafetalero Nicaragüense con los 4.3diferentes mercados.....	28
4.4.- Aspectos que influyen en Desarrollo del Sector Cafetalero.	
4.4.1.- Organización.....	38
4.4.2.- Producción del rubro	43
4.4.3.- Estrategias para comercializar el café	45
4.4.4.- Diferentes etapas que atraviesa el sector cafetalero para comercializar el producto.....	52
V.- Conclusión	72
VI.- Bibliografía.....	73

JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se realizó con el fin de que se tengan elementos de juicios que ayuden a la parte involucradas a tomar las decisiones acertadas en beneficio del gremio a nivel micro, y a nivel macro de todo el sector productivo nicaragüense, ya que este no se puede involucrar en negociación como son los Tratados de Libre Comercio, sin antes haber analizado exhaustivamente las ventajas y desventajas que estos presenta.

Hubiese de ser práctica saludable para el gobierno encargado de representar al sector productivo, y de negociar tratados comerciales con organismos de comercio internacional involucrando a cada una de las áreas que integran la economía del país, consultar y recibir evaluaciones que reflejen las oportunidades y debilidades que éstas puedan presentar.

Analizar la situación que presenta el sector cafetalero es una pauta que servirá como insumo a los demás áreas de producción para que éstas tomen sus decisiones basados en auto evaluaciones que les permitan determinar en detalle su participación en las nuevas formas de comercializar, respondiendo a las exigencias que presentan los tratados de libre comercio en el nuevo orden mundial.

RESUMEN

Nicaragua es considerado un país eminentemente agropecuario con gran potencial agro ecológico, con suelo, agua y clima optimo para el desarrollo de la agricultura, la producción forestal y principalmente para impulsar la caficultura, que dicho sea de paso se ha desarrollado paulatinamente en nuestro país, con la introducción de este rubro en tiempos de la colonia procedente del mar caribe.

Con el apoyo de los diferentes gobierno de la época que incentivaron el cultivo de este rubro como una visión de futuro en la generación de divisas al país.

Obedeciendo a las necesidades existentes producto de la competitividad en el mercado nacional y con mucha mas razón en el mercado internacional, el sector cafetalero decidió agruparse en asociaciones compuesta por medianos y grandes productores y cooperativas compuestas por pequeños productores, siendo éstos el 95% del total de caficultores en el país.

Las cooperativas que producen el café de Nicaragua agrupan diversas fincas en las que trabajan muchos socios-trabajadores. El marco jurídico que se ha adoptado recuerda a la organización de una sociedad anónima. Existen diversos órganos y puestos con responsabilidades marcadas por las leyes y por las decisiones de los socios.

Las asociaciones compuestas por productores y beneficiadoras de café, se forman con el objetivo de promover el cultivo, mejorar la calidad y conseguir en el mercado mejores precios para el café de sus cooperados o socios, todo en beneficio de los integrantes de las asociaciones.

Estas cooperativas y asociaciones se preocupan por promover la calidad del café, desde su cultivo, beneficiado y comercialización con los diferentes mercados, a los cuales abastecen como es el mercado interno y el externo.

El consumo interno de café se da en un porcentaje mínimo y de calidad inferior debido a que los mayores volúmenes se comercializan en el exterior donde se tiene que cumplir con las exigencias de calidad establecidas por el comercio internacional.

En el mercado externo además de las exportaciones del café que se ha realizado tradicionalmente están surgiendo nuevas modalidades de comercialización donde se es mas exigente con la calidad del rubro.

Aunque la calidad puede ser el futuro de los productores cafetaleros de Nicaragua, existen otras maneras para diferenciar el café y obtener ventajas competitivas. A fin de ingresar y desarrollar los nuevos segmentos de mercado de altos ingresos con cafés diferenciados, es necesario formular estrategias de valor agregado y comercialización que distingan los café Nicaragüense de los de otras partes del planeta.

Debido a estas exigencias del mercado internacional el sector cafetalero ha consolidado a sus miembros integrantes, como son las asociaciones y cooperativas.

Tradicionalmente, el sector cafetalero en Nicaragua ha estado en manos del sector privado, se trata principalmente de asociaciones y cooperativas que permiten un equilibrio tanto a los productores como a las casas de procesamiento y exportación.

Típicamente, estas organizaciones se desarrollan en el ámbito de las ONGs y de entidades cooperativas de desarrollo. Estas organizaciones han nivelado el campo de juego para los agricultores más pequeños y han obtenido acceso a los mercados internacionales, para lo cual han desarrollado diferentes estrategias desde la producción del rubro hasta la comercialización. Un aspecto fundamental de las estrategias dirigidas a fomentar la competitividad y la diversificación es aumentar la flexibilidad de los sistemas de cultivo, división de la mano de obra y el capital en el hogar, de manera que los cambios en las actividades, tecnologías, base empresarial y mecanismos financieros y de comercialización respondan a las cambiantes condiciones

del mercado y tengan costos de transacción relativamente bajos, lograr una mayor competitividad y diversificación.

Tendiendo como experiencia las diferentes etapas que ha atravesado el sector cafetalero a lo largo de su historia: época de prosperidad y época de crisis.

Desde que se comenzó a comercializar el café generó divisas extrajas al país y a los productores del mismo ganancias considerables que alentó aún más al sector cafetalero a expandir este cultivo al resto del país.

Como ejemplo de esto tenemos el tipo de vida que tenían los productores de esa época, que se daban el lujo de mandar a sus hijos a estudiar en escuelas de renombre en el extranjero, salir del país en jiras vacacionales, compras de bienes, etc, lo que los constituyó como un sector fuerte y respetado dentro de la sociedad Nicaragüense.

Actualmente el sector cafetalero esta enfrentando una crítica situación debido a la sobre oferta mundial de café, lo que ha producido la reducción de precios a nivel internacional, además de las exigencias del mercado internacional producto de la globalización para lo cual el sector cafetalero tendrá que tomar las medidas necesarias en cuanto a las condiciones impuestas por el tratado de libre comercio específicamente (CAFTA - DR) USA, firmado recientemente por el gobierno de nicaragua dentro de lo que se incluyen condiciones que tiene que ser analizadas ya que tienen una alta incidencia con el sector en mención.

Nicaragua al igual que el resto de países de la Región ostenta una marcada asimetría de defensa comercial con respecto a USA. Los sistemas jurídicos y de procedimientos son diferentes y el sistema normativo de USA es más desarrollado y coherente y no deja poros abiertos, contrario a nuestros países cuyas legislaciones en materia comercial y defensa del mercado interno es inconsistente y vulnerable.

INTRODUCCION

En el presente estudio del sector cafetalero en el desarrollo que ha tenido a lo largo de su historia en Nicaragua, se han tomado en cuenta diferentes aspectos como son: la introducción del café a nuestro país, conformación del sector cafetalero en sus diferentes gremios, comercialización a nivel nacional como internacional, desarrollo y diferentes etapas del sector, y su relación con el comercio internacional enmarcado dentro del Tratado de Libre Comercio (CAFTA-DR), USA.

El sector cafetalero ha consolidado sus organizaciones para enfrentar la crisis que actualmente lo esta afectando, para lo cual ha desarrollado diferentes estrategias con el objetivo de que el café producido de éstas sea más competitivo a nivel internacional, llevado a cabo por las Cooperativas que son empresas asociativas de interés social constituidas legalmente por la libre voluntad de sus asociados para producir de forma colectiva, bienes, o generar servicios en beneficios de sus asociados y las Asociaciones compuestas por productores y beneficiadoras de café, se forman con el objetivo de promover el cultivo, mejorar la calidad y conseguir en el mercado mejores precios para el café de sus socios, todo en beneficio de los integrantes de las asociaciones.

Esta investigación se desarrollo en la ciudad de Matagalpa, utilizando la metodología de investigación explicativa y se utilizo el método teórico haciendo uso de las diferentes fichas: bibliográficas, de resumen y contenido, se recurrió a las fuentes de información como son: bibliografía, revistas, periódicos, Internet y consultas realizadas a personas vinculadas al sector.

Objetivo General:

Analizar la situación actual del sector cafetalero nicaragüense de cara a los Tratados de Libre Comercio.

Objetivos Específicos:

- 1) Conocer los diferentes problemas enfrentados por el sector cafetero nicaragüense, de cara a los TLC.
- 2) Valorar las relaciones de comercialización del sector cafetalero nicaragüense de cara al Tratado de Libre Comercio TLC.
- 3) Examinar las ventajas y desventajas del sector cafetalero nicaragüense al ingresar a los Tratados de Libre Comercio TLC.

1.- Desarrollo del Sector Cafetalero en Nicaragua

1.1- Origen del Sector Cafetalero en Nicaragua.

Nicaragua es considerado un país eminentemente agropecuario con gran potencial agro ecológico, con suelo, agua y clima optimo para el desarrollo de la agricultura, la producción forestal y principalmente para impulsar la caficultura, que dicho sea de paso se ha desarrollado paulatinamente en nuestro país, con la introducción de este rubro en tiempos de la colonia procedente del mar caribe.

Las primeras siembras de café, se realizaron en huertos, jardines y en fincas de gente con posibilidades económicas que ya tenían conocimiento del uso del café como bebida en los años 1660 en Europa.

“Fue hasta después de la independencia que se logro exportar libremente a Europa y Estados Unidos, produciendo ganancia para los productores nacionales lo que provocó que se expandiera el cultivo y comercialización en la meseta de Carazo, Las Sierra de Managua, Las Faldas del volcán Mombacho y eventualmente en las altas montañas del centro y norte de Nicaragua. Dicho cultivo estuvo manejado de forma individual por productores nacionales y extranjeros que poseían fincas con grandes extensiones de tierra, esta característica los convertía en los principales productores de éste rubro de ese entonces como ejemplo el doctor Manuel Matus con su finca La Ceiba en 1845 cerca de Jinotepe departamento de Carazo” quien fue uno de los pioneros de la caficultura en Nicaragua.” (Kühl Aráuz Eddy – Nicaragua y su café- página 73).

Por difícil que resulte de creer hoy, al sopesar las actuales evidencias, los cafetaleros fueron los mimados de la historia económica nacional por muchas décadas. Durante sus treinta y cinco años continuos de gobierno en el siglo pasado, los conservadores dieron pasos significativos en la promoción del café. En 1877 el Presidente Pedro

Joaquín Chamorro aprobó una ley destinada a fomentar la caficultura en Matagalpa, Jinotega y Las Segovias. La ley garantizaba una prima de cinco centavos de córdoba por cafeto en cosecha, un incentivo que resultaba equivalente al 50% del costo de siembra.

Después de esto, el Presidente Evaristo Carazo, en 1889, incremento la oferta de los 5 centavos por cafeto, agregando el regalo de 500 manzanas de terrenos baldíos nacionales a cualquier extranjero dispuesto a sembrar más de 25 mil matas de café. Se activó así una fiebre por solicitar que grandes extensiones de tierras se declararan como baldías. La fiebre por cultivar café en el país - privatización de los terrenos presuntamente baldíos- no se hizo esperar. Si décadas antes se necesitaron 18 años, de 1860 a 1878, para privatizar 6,375 manzanas, en sólo el período de 1890-92 fueron denunciadas como terrenos baldíos alrededor de 25 mil manzanas. El 27.54% de esta tierra fue adquirida por ciudadanos extranjeros, un 12.13% fue asignada a estadounidenses y un 6.5% fue adquirida por alemanes.

Los departamentos de Matagalpa y Jinotega -en reacción a esta oferta y a los altos precios internacionales del café- se vieron invadidos por una cantidad aproximada de 200 extranjeros. Sólo el departamento de Matagalpa representaba el 34.76% de las tierras denunciadas y el 50.7% de las tierras solicitadas para plantaciones cafetaleras.

La revolución liberal, conducida por el General José Santos Zelaya, no fue menos adversa para los indígenas. Aunque acabó con el reclutamiento forzoso de mano de obra para las plantaciones, aceleró el deseo de adquirir más extensiones de terreno. Sólo entre 1895 y 1911 la comunidad indígena perdió otras 15 mil manzanas de tierra que pasaron también a manos de los cafetaleros. Ese cambio de manos fue propiciado por la Ley de las Comunidades de 1906, que había impuesto la venta obligatoria de la mitad de los terrenos y la distribución de la otra mitad en concepto de propiedad privada.

La revolución liberal, conducida por el General José Santos Zelaya, no fue menos adversa para los indígenas. Aunque acabó con el reclutamiento forzoso de mano de obra para las plantaciones, aceleró el deseo de adquirir más extensiones de terreno. Sólo entre 1895 y 1911 la comunidad indígena perdió otras 15 mil manzanas de tierra que pasaron también a manos de los cafetaleros. Ese cambio de manos fue propiciado por la Ley de las Comunidades de 1906, que había impuesto la venta obligatoria de la mitad de los terrenos y la distribución de la otra mitad en concepto de propiedad privada.

”Este régimen (1893-1909) no fue menos benéfico para los cafetaleros. Recibieron 0.05 centavos de dólar por cada cafeto sembrado. A razón de un promedio de mil árboles por manzana -una densidad al menos tres veces menor que la actual-, resultaba en un subsidio de 50 dólares por manzana, cantidad que era el costo de producción de 6.16 quintales de café. Puesto que el costo de una manzana de tierra baldía era de 1.5 dólares, el cafetalero recibía una ayuda estatal por cada manzana, que le proporcionaba los fondos suficientes para adquirir 24.6 manzanas de tierras baldías. Estos incentivos a la producción cafetalera permitieron reducir los costos de producción y acelerar la concentración de tierras en manos de los grandes productores.”
(<http://www.envio.org.ni/articulo/1096> - página 7)

La comunidad indígena se vio perjudicada. La privatización no sólo desató un acelerado proceso de ventas. También concedió un estatus legal al derecho de posesión y un valor en el mercado a las mejoras -casas, cercos, cultivos- que más a la corta que a la larga vinieron a incrementar las diferencias internas de las comunidades indígenas ya atacadas de diferentes formas.

En 1909 Nicaragua exportó 17 millones 196 mil libras de café, cifra que en 1925 llegó a ser de 30 millones 450 mil libras: un incremento del 77% en 16 años. En esos años había producción de café en Managua, Chinandega, León y Rivas. La producción de Managua era en 1926 el 33% del total nacional. La capital reforzaba su carácter de tal con un papel destacado en la producción. Hoy surgen en Managua barrios donde ayer hubo ricas haciendas cafetaleras. Managua tenía entonces el 35.44% de los cafetos,

pese a una reducción del 23.4% desde 1895, año en el que aún conservaba el primer lugar en producción cafetalera con más del 60% de los árboles. Carazo y Masaya elevaron su stock de plantas de 7,500 a 17,600 (35.4% del total nacional) desde 1895 hasta 1926. Matagalpa y Jinotega crecieron también de 4,500 a 13,500 plantas. Para esas fechas, Matagalpa ya producía el 21% de los quintales de café cosechados en el país. Este incremento lo alcanzó con las leyes que promovieron el latifundio, un proceso de concentración de tierras mucho más acelerado que en otras regiones del país gracias a la expropiación de tierras comunales y a la quiebra de muchos pequeños productores.

Este contexto multiplicó los obreros agrícolas. El éxito en agrupar a esa legión laboral quedó sellado desde inicios de siglo. Entre septiembre de 1902 y abril de 1903 se inscribieron 44 mil 344 campesinos asalariados ante los Jueces Agrícolas. Representaban el 50.7% de la población económicamente activa rural.

La burguesía cafetalera tuvo que hacerse con el poder estatal para mejorar las vías de comunicación. Bartolomé Martínez, representante de la fracción cafetalera del grupo dominante, subió al poder en 1923. Un año después, se inicia la construcción de la carretera que une Jinotega, Matagalpa y Managua. Aun después de ser desplazada del poder, la burguesía cafetalera mantuvo siempre un peso político y económico considerable, ya que otros rubros económicos exitosos -madera, banano y minería- estaban en manos extranjeras.

En Matagalpa y Jinotega ayudaron al éxito los bajos salarios, que eran la mitad de los que se pagaban en Managua y Masaya: 25 centavos al día. No menos se debió el éxito a los empresarios atraídos por la tasa de ganancia: un 35% de la inversión, extraordinaria ganancia en relación a la tasa de ganancia media en otras actividades económicas. En el Norte, las condiciones climáticas -agua en abundancia y altura-

garantizaron un café de mejor calidad. A pesar de que la lejanía y los caminos apenas aptos para cabras hacían de notorio contrapeso para un mayor despliegue del auge cafetalero duplicando los costos de transporte, la evidente alta calidad del café de Matagalpa y Jinotega hizo de estos departamentos una región privilegiada para dicho cultivo.

En 1911 el café constituía el 64% de las exportaciones nicaragüenses. Su peso porcentual en el sector exportador siguió oscilando entre el 45 y el 62% hasta 1932. El auge del algodón modificó la ubicación del café en el marco económico. Lo mismo la exportación de carne, pero a pesar de todo esto el café se sostenía. Así, este rubro se conservó durante mucho tiempo una privilegiada cuarta parte de las exportaciones gracias a un movimiento expansivo en sus áreas de cultivo. Hubo un receso en la continua promoción del café que coincidió con la baja de precios entre 1930 y 1946 el precio promedio por libra fue de 8 y 6 centavos de dólar.

Entonces se incremento la disminución de muchas fincas cafetaleras. Provocando la quiebra de muchos cafetaleros de la zona, mientras otros tenían mejores utilidades como por ejemplo la Casa Caley-Dagnall que consolidó su poder concentrando la comercialización del 50% del café producido en Matagalpa y Jinotega. Su banco embargó en esta época más de 30 mil manzanas de fincas cafetaleras, algunas de las cuales remató y muchas de las cuales conservó vaticinando acertadamente mejores tiempos.

Esos tiempos llegaron. La contundente alza de los precios del café al final de la década de los años 40 desató una nueva ola de políticas favorables a la expansión cafetalera. En 1952 la libra de café se cotizó al sorprendente precio de 52 centavos de dólar. El 22 de noviembre de 1952 el Ejecutivo autorizó la venta de 22 mil manzanas de tierras nacionales en el departamento de Matagalpa. En ese entonces, Somoza ya se había convertido en el principal cafetalero del país, luego de que muy astutamente le

declarara la guerra a Hitler lo que le dio pretexto para confiscar las fincas de muchos alemanes.

En ese mismo año de 1952 el café utilizó el 35% del crédito agrícola. En 1960 todavía concentraba el 28% de la cartera agrícola del sistema financiero nacional. Años después hubo nuevo cambios. Las habilitaciones del 2000 son un ejemplo, el 60% de la cartera agropecuaria del sistema financiero nacional la concentraban los cafetaleros. Existe alta presunción de que a través de distintas casas comercializadoras, la cobertura crediticia a los cafetaleros fue casi total.

A medida que fue cobrando importancia y descubriéndose los beneficios de este rubro se fue extendiendo a través del territorio nacional lo que provocó que su técnica de cultivo fuera conocida por dueños de pequeñas parcelas de tierra y se interesaran en el cultivo del mismo, dando como resultado que este sector se dividiera en pequeños, grandes y mediano productores.

“En Nicaragua hay aproximadamente 30,000 productores cafetaleros de los cuales 28,000 son pequeños productores lo que convierte a la economía rural dependiente de la industria cafetalera” (Gómez Elizabeth, pág 7)

1.2.- Conformación del sector cafetalero:

Obedeciendo a las necesidades existentes producto de la competitividad en el mercado nacional y con mucha mas razón en el mercado internacional, el sector cafetalero decidió agruparse en asociaciones compuesta por medianos y grandes productores y cooperativas compuestas por pequeños productores, siendo éstos el 95% del total de caficultores en el país.

Los pequeños productores han aprendido las lecciones del pasado y han descubierto que la asociatividad es el medio más eficaz para poder acceder a la propiedad de la tierra y conservarla. De nada sirve que los campesinos tengan su pedazo de tierra si

dependen de los bancos para financiar sus cosechas. En Nicaragua tanto los riesgos para las cosechas como los intereses que cobran los bancos son muy elevados. Cualquier catástrofe natural, tan frecuente por aquellas latitudes, pone en peligro a los pequeños propietarios que, con un año de malas cosechas, se ven obligados a desprenderse de sus tierras para pagar sus deudas. Además, si las cosas van bien y el campesino obtiene una buena cosecha, muchas veces se ve obligado a venderla a bajo precio, por su escasa capacidad de negociación individual. La asociatividad y las cooperativas parecen ser la solución.

Hoy en día, muchos productores-trabajadores están combinando la propiedad individual en la producción y los servicios con la asociatividad en la intermediación: crédito, procesamiento, comercialización y exportación, lo que permite combinar el estímulo, la eficiencia y la productividad del productor individual con el beneficio comercial logrando así las ventajas de la economía de escala, sin abandonar la distribución equitativa de la pequeña producción.

Sin embargo, estas cooperativas están sometidas a un gran esfuerzo económico para poder hacer frente a los pagos que implica el acceso a la propiedad de los medios. Es una consecuencia del tremendo problema de la titularidad de la tierra.

Los trabajadores han optado por la constitución de empresas agrarias en las que todos son socios. En estas empresas hay técnicos agrarios, administrativos y economistas que contribuyen con su esfuerzo a incrementar la producción, negociar con los bancos y buscar salidas para los productos.

Los miembros que conforman dichas cooperativas son poseedores de $\frac{1}{2}$ hasta menos de 30 mzn, de extensión de terreno cultivado de café para poder socios de las mismas esto para mantener su característica propia dentro del gremio.

1.2.1 - Cooperativas

“De acuerdo al congreso de la Asociación de Cooperativas Internacionales), realizada en Manchester, Inglaterra, en 1995. Una cooperativa es una asociación autónoma de personas agrupadas voluntariamente para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales comunes, por medio de una empresa que se posee en conjunto y se controla democráticamente.

Según el artículo 3, de la ley de cooperativas agropecuarias y agroindustriales:

Las cooperativas son empresas asociativas de interés social constituidas legalmente por la libre voluntad de sus asociados para producir de forma colectiva, bienes, o generar servicios en beneficios de sus asociados.” (Consultoría Integral para el Desarrollo Económico –CIDEP, pág 6-7)

En Nicaragua, son muchas las empresas y cooperativas que pueden ser el modelo de de una nueva forma de economía, de una nueva forma de vida, de lucha contra la injusticia social. En el corazón de Nicaragua nacen empresas agrícolas, productoras de café, donde los campesinos son los propietarios de las tierras que cultivan. Estos campesinos son personas que huyen de la explotación, figura estelar de la economía de mercado, y cada día alimentan sus ilusiones con café, con el fruto de su tierra y de su trabajo.

HISTORIA DE LAS COOPERATIVAS EN NICARAGUA

En el año de 1914, bajo el gobierno de José Santos Zelaya, se introdujo las ideas del cooperativismo y se formaron cooperativas de consumo a las que el gobierno dio libertad de organización. Las ideas del cooperativismo fueron tomadas en cuenta en el capítulo VI, del código del comercio.

En 1930, el General Augusto C. Sandino, Promovió la Cooperativa Agrícola en Río Coco, departamento de Nueva Segovia, manteniéndose ésta hasta 1934. En 1960 con

la alianza para el progreso se promueven las cooperativas de ahorro y crédito impulsada por la Unión Nacional de crédito (CUNA) y la Agencia Internacional de Desarrollo (AID).

En 1965, se organiza la primera organización cooperativa de ahorro y crédito en Nicaragua (FECANIC).

De 1965 a 1975, se formaron ocho cooperativas agropecuarias promovidas por programas de crédito rural y se hizo el intento de crear la Federación de Cooperativas Agropecuarias, pero el intento fracaso. De 1970 a 1976 aparece la Fundación Nicaragüense de Desarrollo (FUNDE), organismo privado que promovió la organización de cooperativa.

El registro de Cooperativa indica que de 1970-1979 se inscribieron 634 cooperativas en la rama de ahorro y crédito, transporte, pequeña industria, servicios agropecuarios, cooperativas de consumo. La realidad es que en 1978 solo existían 88 cooperativas de las diferentes ramas. De 1979 – 1990 la Revolución Sandinista promovió grupos cooperativos agropecuarios y de la pequeña industria con una capacitación y asistencia a éstas cooperativas. Pero dichas cooperativas asumieron objetivos dictados por la situación política del momento lo que conllevó a su desintegración.

EL PROBLEMA DE LEGALIZACION DE LA PROPIEDAD

Entre los múltiples problemas que surgieron cuando los sandinistas abandonaron el poder en Nicaragua, cabe citar el de la legalización de la tierra. La reforma agraria que se realizó en Nicaragua buscaba la constitución de cooperativas de trabajadores para cultivar las tierras expropiadas a la oligarquía somocista. Sin embargo, en un gran porcentaje de los casos no se regularizó legalmente la nueva situación de las cooperativas.

La situación de las distintas cooperativas en Nicaragua es variada. Hay tierras que fueron arrendadas por el Estado a los trabajadores y éstos sólo cuentan con el documento de arrendamiento como único respaldo legal. En otros casos los trabajadores se hicieron cargo de las fincas y las mantuvieron en funcionamiento. Otras tierras fueron devueltas a sus antiguos propietarios y los trabajadores expulsados de ellas. Por último, en algunos casos, se llegó a un acuerdo con los antiguos dueños para comprar las fincas y los medios de producción.

Podemos mencionar como ejemplo, el caso de la cooperativa "Alfonso Núñez", productora de café. Esta cooperativa proviene de la cesión a los trabajadores de la antigua "Empresa Estatal *Alfonso Núñez*", en 1990. Esta empresa estatal estaba formada por doce fincas, de las cuales:

- Cinco pasaron a mano de los trabajadores (agropecuaria *Alfonso Núñez*)
- Dos fueron devueltas a sus antiguos dueños que andaban fuera del país (sobre estas fincas no cayó en su día ningún decreto confiscatorio, sino que el Gobierno Sandinista se hizo cargo de ellas porque estaban abandonadas)
- Tres fincas fueron para los desmovilizados del Ejército, que pasó de 90.000 a 20.000 hombres cuando se alcanzó la paz.
- Una fue para los antiguos miembros de "la contra"
- Y en las dos fincas restantes el posible dueño está aún por precisar.

LA GESTIÓN DEMOCRÁTICA DE LAS COOPERATIVAS

Las cooperativas que producen el café de Nicaragua agrupan diversas fincas en las que trabajan muchos socios-trabajadores. El marco jurídico que se ha adoptado recuerda a la organización de una sociedad anónima. Existen diversos órganos y puestos con responsabilidades marcadas por las leyes y por las decisiones de los socios.

- Asamblea de Socios: es el órgano supremo y en ella se toman las decisiones más importantes que afectan a la cooperativa.
- Junta Directiva: es el órgano que lleva el día a día de la cooperativa. Esta Junta Directiva es elegida por la Asamblea de Socios.
- Administración y Gestión. Existe una infraestructura encargada de la administración económica y la gestión administrativa.
- Mandador: Es la persona responsable de cada finca. Existe, por tanto, uno en cada una de las fincas que componen las cooperativas.
- Planillero, ayuda al mandador en tareas de vigilancia de la producción. Además, controla el trabajo de sus compañeros.
- Capataz, es el encargado de dirigir a una cuadrilla de trabajadores.

La década de los 80 es la de mayor auge de cooperativa, donde se conformaron 3,552, cooperativas de diferentes ramos.

Los pequeños productores de café agrupados en cooperativas tienen características que las distinguen de otras asociaciones:

- 1) En la medida de lo posible las cooperativas son independientes del sector público y privado.
- 2) Las cooperativas tiene la libertad de definir personas en cualquier forma legal que escojan ya que es una asociación de personas.
- 3) Sus miembros tienen la libertad de renunciar si no quieren permanecer dentro de las cooperativas.

- 4) Las necesidades sociales, económicas y culturales es el objetivo principal a satisfacer por los miembros de las cooperativas.
- 5) El beneficio individual y mutuo se busca a través de la organización en cooperativa.
- 6) Al formarse una cooperativa sus miembros están concientes de que les pertenece en conjunto y que su control se ejercerá democráticamente.

1.2.2. Asociaciones

Las asociaciones compuestas por productores y beneficiadoras de café, se forman con el objetivo de promover el cultivo, mejorar la calidad y conseguir en el mercado mejores precios para el café de sus cooperados o socios, todo en beneficio de los integrantes de las asociaciones.

También tienen como finalidad regular la actividad en las labores de campo de los productores como una forma de tecnificar el cultivo del rubro tales como: aplicar las leyes, por ejemplo La Ley de entresaca, la cual no permite que el corte sea parejo o lo que es lo mismo sobar la guía de los árboles del café, lo que daña en primer lugar el árbol mismo y su subsiguiente cosecha, así mismo prohibir la venta de café adulterado.

Estas organizaciones envían a sus representantes al exterior a luchar por el precio del café. Las asociaciones tienen la siguiente finalidad y objetivos:

- a) obtener mejoramiento y estandarización del café de Nicaragua, hasta donde lo permitan las condiciones generales del país, para con ello ampliar mercado y obtener mejores precios.

- b) Velar por los intereses de los asociados y productores del país y obtener la mayor unión y armonía entre ellos.
- c) La defensa de los intereses de la comercialización del café, tanto en el campo nacional como en el internacional.
- d) Colaborar con los agricultores del país, cámara de comercio, cámara de industria, y de más instituciones de ésta índole para la solución de los problemas cafetaleros.
- e) El financiamiento de estudios y el asesoramiento para establecer normas adecuadas en relación a los requerimientos necesarios para una mejor comercialización del grano.
- f) El desarrollo de cualquier otra actividad que tienda a la consecución de los objetivos o finalidades indicadas en el presente artículo.

Como ejemplo de éstas asociaciones se mencionan algunas todavía vigentes y otras que dejaron de existir.

- 1) Asociación Agrícola de Nicaragua: en 1936 se funda la Asociación Agrícola de Nicaragua que comienza a funcionar con ayuda del gobierno, este le compraba a los cafetaleros cada quintal de café con al menos un córdoba más que el precio internacional. Era una manera de garantizarle a los cafetaleros una tasa de ganancia determinada, para incentivarlos a producir y mejorar su técnica de producción.
- 2) Compañía Mercantil de Ultramar, en 1937 la compañía Mercantil de Ultramar, subsidiaria del Banco Nacional, compraba el café en Carazo, Managua,

Matagalpa y Jinotega, vendía en volumen al mercado internacional delineaba el proceso de distribución de divisas entre los productores.

- 3) Sociedad Cooperativa anónima de cafeteros de Nicaragua, estaba compuesta por productores y beneficiadores con el objetivo de promover el cultivo, mejorar la calidad y conseguir en el mercado buenos precios, para el café de sus cooperados. Por gestiones de ésta se pasaron varias leyes como la ley que prohibía la venta del café adulterado, en 1958, así como aplicar la ley entresaca, castigando a los productores que permitieran el corte parejo. Estas organizaciones enviaban a sus representantes al exterior a luchar por el precio internacional.
- 4) Sociedad Cooperativa Agropecuaria en Jinotega, fundada el 13 de enero de 1965, fue ayudada a formar por gestiones de inmigrante norteamericano Jerry LA Rue.
- 5) EXCAN, en 1974, se funda la asociación de exportadores de café de Nicaragua (EXCAN).
- 6) Asociación de Cafetaleros de Matagalpa (ASOCAFEMAT), fue fundada el 19 de enero de 1967, con el fin de promover, fomentar y defender la industria cafetalera, conformada inicialmente entre pequeños, medianos y grandes productores. En 1970 la asociación logra aglutinar 7000, miembros en su mayoría a pequeños productores.
- 7) Asociación de café Finos de Nicaragua ACEN, en 1995, reunidos en Selva Negra – Matagalpa un grupo de productores privados de las diferentes zonas de Nicaragua convinieron en formar una asociación privada a fin de promover el cultivo del café, teniendo en cuenta los patrones de calidad exigido por el mercado internacional de café fino o gourmet. En Managua el 05 de Diciembre

de ese mismo año se constituyó la organización denominada Asociación de Productores de cafés especiales de Nicaragua, pudiendo abreviarse ACEN.

- 8) Asociación de Cooperativas de Pequeños productores de café de Nicaragua (CAFENICA), fundada en el año 2002, compuesta por 10 cooperativas socias.

Se podría decir que el sector cafetalero se ha dedicado exclusivamente al cultivo del café como rubro principal generador de divisas para el país y ha descuidado la diversificación del cultivo lo cual ha sido poco o nulo lo que ha causado que la crisis provocada por diferentes factores uno de ellos es la baja del precio del café a nivel internacional haya afectado directamente a este sector por carecer de estrategias que amortiguaran este tipo de impacto.

Actualmente las condiciones de este sector son precarias ya que no poseen las facilidades de financiamiento, sus propiedades han sido embargadas y tomadas como dación en pago por los organismos financieros que no han visto satisfecho el reembolso de los créditos otorgados, las tomas de tierras por precaristas, las políticas del gobierno que no toman en cuenta las necesidades inmediatas de este sector, y las condiciones de comercialización del rubro a nivel internacional.

2.- Antecedentes

2.1.- Problemas enfrentados por el sector cafetalero para llegar a unificarse en Cooperativas y Asociaciones.

Las asociaciones y cooperativas surgieron como una necesidad de sus socios y cooperados de enfrentar diferentes situaciones tanto a nivel de cultivo, financiamiento y comercialización del café.

Los pequeños productores enfrentan agudos problemas técnicos. Comienzan por la falta de acceso a la asistencia técnica. De esta carencia, y de la falta de acceso al crédito, se deriva un sinnúmero de limitaciones y prácticas inadecuadas. El sistema de los pequeños explota la fertilidad natural de los suelos y aplica muy pocos fertilizantes, una racionalidad muy propia de las zonas de frontera agrícola, donde es relativamente escaso el capital y la mano de obra, pero abundante la tierra.

Un estudio realizado en el departamento de Matagalpa estimó que el 70% de los pequeños productores no hacen ningún tipo de aplicación de fertilizantes a los cafetales o lo hacen en niveles insuficientes. En general, los pequeños productores tienen la racionalidad económica de invertir sus excedentes en establecer nuevas plantaciones y no en aumentar los rendimientos de las que ya tienen. Proceden así para extraer el máximo provecho de la fertilidad natural, que permite rendimientos de 8.5 quintales oro por manzana en las primeras cosechas, aunque luego caigan gradualmente, tras dos o cuatro cosechas, hasta estabilizarse en 4-5 quintales oro por manzana.

Actualmente, este sistema de expansión productiva está en crisis. Antes de los años 80, los pequeños productores de Matagalpa y Jinotega, habían establecido cafetales a baja densidad, sembrando 2 mil plantas por manzana, usando variedades de porte alto como bourbon o maragogipe. El cafetal se sembraba en áreas que aún tenían cobertura forestal e importantes reservas de fertilidad natural. La cobertura forestal natural era manejada como sombra natural del café. Aun sin fertilizantes, con este sistema agroforestal podían mantener la fertilidad natural por más tiempo. Siguiendo esta pauta, los rendimientos de 8.5 quintales oro por manzana podían mantenerse durante siete cosechas, para luego descender gradualmente.

Pero en los años 90 los pequeños productores adoptaron algunas prácticas de los grandes productores, como la siembra de variedades de café de porte bajo e intermedio, cultivadas en altas densidades de hasta 4 mil plantas por manzana. En muchos casos han adoptado variedades de alto rendimiento, como el catuaí y el

catimor, que son muy exigentes en fertilización y sólo producen bien en alturas de más de 800 metros sobre el nivel del mar.

Para poder producir café, se necesita la tecnología apropiada la cual proporciona la estrategia adecuada para la reducción de costo, como el aprovechamiento de materiales orgánicos producidos en la finca, el manejo integrado de plaga y el manejo de tecnología orgánica.

Otro aspecto considerado es el manejo no contaminante de aguas mieles, manejo y utilización de la pulpa para la producción de fertilizantes orgánicos.

En cuanto al financiamiento, para lograr el desarrollo financiero es fundamental la integración y vinculación de los productores a través de sus diferentes organizaciones para ser tomados en cuenta por el gobierno y los organismos internacionales de crédito.

Las condiciones de los préstamos también han variado enormemente. En el primer cuarto se siglo la mayor parte de la producción de café era financiada fundamentalmente por los bancos locales, controlados por el capital extranjero y que prestaban a tasas de interés del 7 al 12% anual. Sólo el 11% del área cultivada era financiada por prestamistas, considerados usureros en aquella época porque cobraban del 18 al 24% anual, las tasas que cobran actualmente los bancos que ofrecen mejores condiciones. A esas tasas sólo recurrían entonces los pequeños productores que no tenían ni acceso a préstamos bancarios ni recomendaciones financieras. Hoy, éstas son las mejores condiciones que se pueden obtener. Actualmente los pequeños productores no acceden al crédito y los grandes sólo lo hacen enfrentándose a relativamente altas tasas de interés.

La estrategia de estar organizados esta orientada a impulsar el intercambio entre las fuentes de financiamiento y los productores.

Referente a la comercialización uno de los grandes problemas enfrentados por el sector cafetalero tanto los pequeños como los medianos productores ha sido la inserción del rubro en diferentes mercados debido a las exigencias de éstos y búsqueda de mejores precios para el café a nivel internacional que solo se logra de forma organizada.

En el aspecto técnico hay que diferenciar las deficiencias, según afecten más a un tipo de productores que a otros. Los grandes productores suelen aplicar sobredosis de agroquímicos fuertes, vicio que eleva sus costos innecesariamente y deteriora las plantaciones. De ahí la acidificación de los suelos. Es difícil cambiar esta tendencia. Se trata de un asunto de tradición. Otro problema de los grandes es la acumulación de cafetos, siembran cuatro mil plantas por manzana de variedades que sólo toleran las tres mil plantas. El problema de los grandes productores también es la falta de diversificación como estrategia anti-riesgos para enfrentar los tiempos de crisis económicas.

Esta falta de diversificación afecta más a los grandes productores y en menor proporción a los pequeños. Aun con la actual crisis, es posible encontrar a pequeños productores preparando almácigos de café. Su diversificación y sus costos menores amortiguan el impacto. Los grandes están paralizados. Sin liquidez y con poca experiencia de cómo deben reaccionar. Muchos de ellos son nuevos productores cafetaleros sin experiencia, pero con viejos vicios administrativos sumamente contraproducentes mínima atención a la finca, desorden contable, con un estilo de vida lujoso haciendo caso omiso a ingresos en descenso, etc.

La rentabilidad del sector ha sido siempre muy atractiva y de ahí el flujo de capitales desbocados hacia el café. Siglo y medio después del despegue cafetalero la realidad ya es otra. Las condiciones han cambiado. Los productores de café han dejado de ser los consentidos del gobierno, del sistema financiero y del mercado. Y hay muchos indicios de que la mayoría de los cafetaleros no sacaron todo el partido que cabía esperar con

políticas tan benignas. Llegó el tiempo de las vacas flacas sin que tomaran ninguna previsión

Todo esto viene a sumar la cantidad de problemas que llevan al sector cafetalero nicaragüense a integrar y consolidar sus asociaciones para obtener mayores logros en cuanto a producción, financiamiento y comercialización del rubro.

2.2- Diferentes esfuerzos realizados por el sector cafetalero para mantenerse unidos frente a las negociaciones del rubro en el exterior.

Con la globalización, fenómeno comercial a nivel mundial lo que conlleva a la implementación de los diferentes tratados de libre comercio, dentro de los cuales no puede estar excluido el país se hace necesario la elaboración de las diferentes estrategias para enfrentar la inclusión de Nicaragua en los mismos.

Hoy en día hay nuevos eventos en materia comercial en el ámbito externo para Nicaragua, están presentes las negociaciones con USA, el Canadá, el ALCA, la OMC y Centro América (Unión Aduanera). El país esta atravesando una etapa decisiva en cuanto a su inserción en la corriente de los mercados globalizados.

Por la importancia estratégica que representan estos eventos y sus respectivas negociaciones, la conducción de estos procesos debe pasar primero por el filtro de un proceso nacional de consulta con la sociedad y los sectores productivos, sujetos activos sobre los que recaen las consecuencias de las decisiones económicas tomadas y comprometidas por los negociadores de turno en dichos eventos.

Solo los sectores productivos y específicamente el sector cafetalero conocen su fortaleza y debilidades, por lo tanto se deben tomar en cuenta sus opiniones en cuanto a las diferentes negociaciones en los tratados de libre comercio TLC. En los que éstos están involucrados para que pueda ver una mejor forma de conseguir resultados positivos para ellos y por ende para Nicaragua.

Desde el año de 1991, Nicaragua se ha visto involucrada activamente en un proceso de apertura unilateral sin precedentes en América Latina; proceso que se ha realizado sin una visión estratégica por parte del Gobierno y realizada sin el respaldo de la mayoría de los sectores de la sociedad Nicaragüense. Mas aún, tanto las decisiones iniciales de apertura unilateral, como las presentes, han sido realizadas sin un plan de desarrollo, sin mecanismos de compensación para el sector productivo; pues el Gobierno ha cedido los beneficios de la apertura de la economía nacional a cambio de nada, en consecuencia, los resultados obtenidos hasta hoy con dichos acuerdos y negociaciones comerciales han dejado entrever los efectos negativos que éstos podrían tener en el sector productivo.

El Gobierno sigue persistiendo en una estrategia económica ajustada exclusivamente sobre una plataforma construida en la apertura unilateral y de negociaciones de TLC's, sin poseer capacidad y preparación. Y con enormes limitantes para crear mecanismos compensatorios apropiados a los sectores menos desarrollados del país. Ha sido una política comercial equivocada, en cuanto a empujar aún más a los sectores productivos a la competencia internacional a través de negociaciones comerciales imprecisas, sin antes hacer una revisión crítica de errores cometidos tanto, en negociaciones mal encaminadas, como en su propia estrategia económica. En efecto, las actuales negociaciones del Tratado Comercial de C.A con USA (CAFTA), podrían ofrecerle al sector productivo oportunidades importantes, pero también se prevén efectos negativos para el sector agropecuario, pues el Gobierno de Nicaragua no ha sido capaz de construir planes apropiados de reconversión y apoyos directos a los sectores productivos para que éstos puedan menguar los efectos drásticos de eventuales y sucesivos mecanismos de apertura.

De los errores estratégicos más importantes que los Gobiernos de Nicaragua han cometido a partir de 1991, el más trascendental ha sido de practicar una desgravación arancelaria acelerada sin contar con estudios precisos de impacto y medición de efectos en los sectores productivos.

El sector cafetalero debe visualizar esta situación y analizar lo positivo y/o negativo de esta nueva forma de comercialización a nivel internacional, en este caso específicamente con Estados Unidos a través del Cafta – Centro América y Estados Unidos; considerados por algunos como un tratado entre desiguales debido a la posición privilegiada a través de subsidios otorgados por el gobierno norteamericano a sus productores, lo que pone en desventaja a los productores nacionales.

Actualmente Nicaragua presenta una estructura económica, en términos arancelarios, de la más abiertas en América Latina pero con fuertes distorsiones de competitividad en su mercado de factores productivos, pues la estrategia de hacer desgravación arancelaria acelerada sin políticas e instrumentos compensatorios apropiados para reducir los costos de transacción, el aseguramiento de la infraestructura apropiada, la facilitación, la tecnología aplicada, la educación técnica e información de mercados, etc. ha traído como consecuencia el estancamiento del sector externo de nuestro país. Las negociaciones se han hecho de forma imprudente y cómodas, pues por una parte, se ha hecho caso omiso de la opinión de los sectores productivos y por otra parte la posición negociadora del país ha sido débil.

Estos desaciertos han afectado de forma permanente al sector productivo, impidiéndole crear y fortalecer cadenas agroindustriales, condenando al sector rural a la producción exclusiva de bienes primarios y debilitando la fortaleza negociadora del país.

La situación imperante actualmente con las negociaciones del Tratado de Libre Comercio con USA (CAFTA), Canadá y la Unión Aduanera, expone a los sectores productivos del país a una situación sin margen de alternativas, puesto que impulsar reformas arancelarias correctivas es casi imposible por el marco de compromisos ya suscritos por Nicaragua. El poder de negociación del país es débil, no se cuenta con estrategia para la incorporación activa y competitiva de los sectores productivos al mercado internacional, y el Gobierno carece de recursos para intervenir activamente en

la eliminación de los obstáculos del mercado de factores y reducir los elevados costos de transacción que padece el comercio de productos agropecuarios del país.

En Nicaragua se ejecutan varios proyectos de desarrollo en pequeña escala, incluyendo un proyecto financiado por la USAID de mejoramiento de la calidad cuyo propósito es instalar laboratorios de control de calidad y catación en las zonas rurales, y un proyecto de desarrollo cooperativo. A finales de mayo de 2002, Nicaragua fue el tercer país en celebrar una competencia por el mejor café, como la Taza de la Excelencia, y en julio del mismo año realizó una subasta de sus mejores cafés, los cuales obtuvieron precios bastante elevados. Sus sistemas de producción presentan una de las cifras más bajas de árboles de sombra en la región. Por ello, un proyecto reciente del GEF intentó abordar parte del problema de deforestación introduciendo secadores solares de café para evitar la tala de árboles que ocurría para alimentar los secadores de café que utilizaban gran cantidad de leña. Solo en una reserva (BOSAWAS) se talaban 200 hectáreas de bosque al día para la industria agrícola y maderera.

Otros programas de desarrollo importantes en el sector cafetalero son financiados por Suecia, Finlandia y Noruega, y tienen como meta mejorar el sistema de microfinanciamiento, evitar la contaminación de cuencas y educar a los productores sobre prácticas de manejo integrado de plagas, respectivamente.

Los gobiernos Centroamericanos se verían obligados a reducir y eliminar gradualmente los aranceles y otros medios de protección a los productores, entre otros.

Específicamente el sector cafetalero a realizado diferentes esfuerzos en aras de consolidar sus organizaciones, trazar diferentes estrategias a lo largo de toda la cadena de café (producción, beneficiado, comercialización, distribución y consumo), para lo cual las diferentes organizaciones de éste sector han obtenido asesorías de diferentes organismos internacionales que apoyan la producción y comercialización con la finalidad de producir optima calidad para ser más competitivos a nivel internacional generando beneficios directos a los pequeños productores.

Otro esfuerzo realizado por el sector cafetalero nicaragüense, en las negociaciones de comercialización del café a nivel internacional, se encuentran las tendencias a enfrentar los cambios que se suscitan a nivel mundial siendo una de ellas la demanda, la cual presenta las siguientes características:

- La demanda global en los grandes países importadores crece lentamente, si es que crece del todo. Esto sugiere que los aumentos en el mercado de alta calidad son contrarrestados parcialmente por pérdidas en otras partes. Mientras tanto, están surgiendo y creciendo rápidamente nuevos mercados no tradicionales, impulsados por la disponibilidad de cafés baratos en forma soluble.
- Los tostadores han aprendido a incrementar la absorción de cafés naturales y robusta mediante procesos como el vapor para eliminar el sabor amargo.
- Los tostadores han aprendido a trabajar con menores inventarios. Esto ha elevado los requerimientos en la capacidad logística de los proveedores, lo cual, a su vez, ha favorecido a las grandes compañías comercializadoras y ha consolidado la cadena de abastecimiento en manos de menos comerciantes grandes.
- Los tostadores se han vuelto más flexibles en su habilidad para hacer cambios de corto plazo entre distintos tipos de café.
- La consolidación de los tostadores en las épocas de sobre abastecimiento ha provocado una situación en la que los precios al detalle no reflejan necesariamente las reducciones en los precios del café verde en los mercados internacionales.
- Ha surgido un segmento de mercado pequeño pero viable enfocado en la calidad y en la diferenciación de productos (cafés gourmet y especiales).
- Además de estas tendencias, el ingreso se está convirtiendo en un factor importante en el consumo de café. Al norte de Europa, sobre todo en Alemania, el consumo está estancado pero está aumentando al sur de Europa y en la mayor parte del este europeo. No obstante, el incremento en el consumo en

Europa oriental y en algunas partes de Asia que se recuperan de sus problemas económicos obedece a la alta disponibilidad de robusta barato, lo cual ha permitido a los tostadores ofrecer un producto a precios accesibles.

ALGUNAS ORGANIZACIONES QUE APOYAN A LOS PRODUCTORES ORGANIZADOS

Los trabajadores productores nicaragüenses asociados en cooperativas han creado unas organizaciones que les apoyan en su lucha por la supervivencia y la propiedad de la tierra.

- UNAPA (Unión Nacional Agropecuaria de Productores Asociados) es un gremio nacional nicaragüense que agrupa a más de 20.000 socios-trabajadores entre pequeños productores agrícolas, pecuarios, forestales, pesqueros, agroindustriales, comerciantes y de servicios, bajo una forma de organización de la producción asociativa y autogestionaria que les permite desarrollar economías de escala y acceder a tecnología para adquirir competitividad y ser sujetos de desarrollo, sin distinciones políticas, religiosas, razas o de género.
- El CIPRES (Centro de Investigación y Promoción del Desarrollo Rural) es una entidad nicaragüense, dirigida por el Dr. Orlando Núñez, que busca facilitar asesoría técnica y facilitar la gestión de las cooperativas campesinas nicaragüenses. Su Oficina de Comercialización ha venido acompañando a grupos de campesinos y campesinas en la comercialización de productos orgánicos y convencionales, tales como café, queso, ajonjolí, granos básicos, jengibre, marañón, aceite de ajonjolí, madera, leguminosas, etc., tanto en mercados nacionales como internacionales. También ha participado en creación de empresas comercializadoras, establecimiento de relaciones comerciales con países del Norte, intercambio de experiencias, organización de ferias campesinas y también en la constitución de ESPANICA.

- EL CATIE (FONDO DESARROLLO SOCIAL DE JAPÓN – BANCO MUNDIAL)

El objetivo general es asistir a las asociaciones de pequeños caficultores para aumentar sus ingresos al vender su producción en mercados especiales. El Programa busca capacitar a cuatro niveles: familias productoras en el manejo ecológico del café de calidad; gerentes y directivos de las cooperativas en el control de calidad, administración y procesos de certificación; cooperativas de comercialización en la implementación de planes de negocios y creación de alianzas; y a prestadores de servicios empresariales y técnicos en métodos de capacitación, facilitación en planes de negocios y alianzas de comercialización. Este programa enfoca sus actividades en cuatro componentes principales, en cada uno se llevará a cabo programas de capacitación:

- Aumentar la capacidad empresarial de asociaciones de pequeños productores y productoras de café
- Mejorar la calidad del café
- Mercadear el café especial o de calidad
- Coordinación, evaluación y auditoria

2.3- Relaciones comerciales del sector cafetalero Nicaragüense con los diferentes mercados

Mercado Interno:

El café nacional esta afectado por la cadena comercial del café. El precio puesto por los productores es muy diferente al precio que se vende el café nacional cuando este es exportado. Ahora existen intermediarios que reciben comisión por el volumen de café vendido a las exportadoras que suben un poco el precio de café para obtener ganancias. Cuando esta el café en manos de las exportadoras estas ajustan el café al precio internacional, por lo que muchas veces este precio puede estar mucho más alto que el precio al que este producto fue comprado a los productores.

El mercado de este producto se ha hecho bien competitivo dado a los diferentes participantes que integran sus canales de distribución. Hay un alto grado de competencia entre las casas exportadoras por la compra de café oro y café pergamino en todas las zonas del país. Esta competencia entre las casas exportadoras ha resultado en que éstas le paguen mejores precios al productor, lo que garantiza en muchos casos un mejor precio.

De acuerdo al CETREX, en la cosecha 2002/2003, participaron alrededor de 40 empresas en las exportaciones de café verde, entre éstas las más importantes son Exportadora Atlantic, S.A.; CISA-Exportadora, Bankoffee Corporation, S.A.; Volcafé de Nicaragua, S.A.; y Beneficiadora Norteña de Café, S.A.

Las empresas han encontrado nuevos mecanismos de compra contratando a intermediarios. Estos intermediarios generalmente ganan comisión por quintal comprado generando una alta competencia. El problema con estos intermediarios es que como les interesa comprar altos volúmenes para obtener mayor comisión, muchas veces sacrifican la limpieza, humedad y calidad del café por una alta comisión.

En algunos casos se ha sabido que mezclan café de baja calidad con alta para obtener el volumen que buscan, lo que ha resultado en una baja de rentabilidad y competitividad de las empresas a nivel nacional e internacional.

El consumo interno de café se da en un porcentaje mínimo y de calidad inferior debido a que los mayores volúmenes se comercializan en el exterior donde se tiene que cumplir con las exigencias de calidad establecidas por el comercio internacional.

Mercado Externo:

Hay un nuevo canal de distribución que ha estado tomando auge en los últimos años, este es el de la subasta por Internet. Esto garantiza la posibilidad de acceder a nuevos mercados, y nuevos clientes sin la necesidad de estar presente en estos mercados. Una de estas subastas es la “Taza de la Excelencia”, donde participaron 68 importadores de café de Europa, Asia, América y Oceanía. Este es una subasta organizada por la Asociación de Cafés especiales de Nicaragua (ACEN) en conjunto con otras instituciones.

Aunque la calidad puede ser el futuro de los productores cafetaleros de Nicaragua, existen otras maneras para diferenciar el café y obtener ventajas competitivas. A fin de ingresar y desarrollar los nuevos segmentos de mercado de altos ingresos con cafés diferenciados, es necesario formular estrategias de valor agregado y comercialización que distingan los café Nicaragüense de los de otras partes del planeta. Esto exigirá un compromiso serio para invertir y avanzar rápidamente, con el objeto de establecer una ventaja sobre los competidores antes que el espacio disponible se sature. Además, será importante contar con un compromiso sectorial amplio que incluya tanto al gobierno como al sector privado para mantener un enfoque coherente durante el tiempo que tome al país desarrollar una posición única o un reconocimiento de la marca. Antes de diseñar tales estrategias, es necesario comprender las características y tendencias de los mercados de consumo y hacia dónde se dirige la demanda.

Actualmente, los mercados diferenciados o de especialidades importan aproximadamente millones de sacos de café, lo que representa un 7-10 por ciento de los mercados desarrollados y un poco menos del consumo mundial total. Sin embargo, estos cafés constituyen un porcentaje más alto de las ganancias. En Estados Unidos, por ejemplo, los mercados de especialidades de café representan menos del 20 por ciento de las importaciones reales de grano verde, pero cerca del 50 por ciento de las ganancias del sector cafetalero, por lo que parte de la producción Nicaragüense, podría penetrar estos mercados. Aunque no todos los productores serían capaces de

participar, para algunos caficultores, especialmente los más pequeños, el aumento en sus ingresos sería considerable –entre el 5 y el 100 por ciento por encima de los precios del mercado. Por otro lado, a los precios de hoy un productor que pueda vender café orgánico o de Comercio Justo certificado duplicaría sus ingresos, pero estos mercados todavía son relativamente pequeños y es poco probable que las ganancias adicionales se mantengan en ese nivel por más de unos años. “BID/BIRF/USAID pág 19”

Esta cifra representa una estimación de los cafés diferenciados, carentes de defectos evidentes y que quizá obtienen una prima en el origen.

Un aspecto importante relativo al mejoramiento de la competitividad sería la capacidad de los caficultores para enfrentar incertidumbres de precios. Algunas maneras para reducir la incertidumbre de precios podrían ser procurar una mayor flexibilidad en la comercialización del café, mejorar el acceso al financiamiento y también quizás establecer términos de financiamiento más convenientes.

Mejoramiento de la calidad

La naturaleza estructural de la crisis cafetalera, la importancia relativamente alta del sector en Nicaragua, y el efecto de la crisis en la situación de pobreza de muchas familias en las zonas rurales, hace que el desarrollo de la economía rural sea el eje principal de las estrategias para superar la crisis. Por ende, apoyar las mejoras a la calidad en las regiones con potencial constituye un aspecto medular de cualquier estrategia para afrontar la crisis actual. Esto debe ser complementado con una promoción y una comercialización apropiada, así como con instrumentos eficaces de política e inversión, inversión privada y el apoyo de la sociedad civil y de las ONG.

Una estrategia que apoye las mejoras en la calidad es decisivo para Nicaragua, por varias razones. Ante todo, las condiciones agroecológicas favorables de las tierras altas en Nicaragua, tienen una ventaja comparativa en este segmento del mercado cafetalero. En segundo lugar, una mejor calidad también puede producir incrementos en el consumo, aumentando la competitividad.

El mejoramiento de la calidad también ofrece otros beneficios. Aumentar la calidad puede ayudar a los vendedores internacionales de café a desarrollar y fortalecer sus relaciones de largo plazo con exportadores, importadores y detallistas, así como a mejorar su capacidad para negociar precios, incluyendo la obtención de primas por calidad. Esto, a su vez, potenciará a los vendedores nacionales de café. Igualmente, el mejoramiento de la calidad puede ayudar a los vendedores de café a desarrollar vínculos y acceso directo a los mercados internacionales.

Una estrategia para promover la calidad del café en Nicaragua debe incluir cuatro aspectos importantes:

- Entender y evaluar la calidad del café en términos de sus atributos y las preferencias del mercado.
- Identificar los problemas clave que afectan la calidad y su uniformidad a lo largo de toda la cadena de producción.
- Definir las alternativas para superar estos problemas
- Determinar los instrumentos de política e inversión y la inversión privada que facilitarán la adopción de dichas alternativas.

Cuando se habla de evaluar la calidad, un aspecto fundamental es mejorar el nivel de educación de los productores y establecer laboratorios de catación en las regiones productoras. La evaluación física y la catación son procedimientos realizados por los importadores de café en las muestras que reciben antes del embarque. Un elemento clave para mejorar y mantener la calidad es desarrollar la capacidad de evaluar el café con los mismos estándares de los compradores. Además, es esencial fortalecer los factores comerciales como la uniformidad en los lotes y la confianza en la entrega, a fin de forjar relaciones de largo plazo con los compradores.

Aumento del valor agregado: durante decenios, la mayoría de los países han aceptado pasivamente su papel de proveedores de granos verdes en los mercados internacionales de café. Mientras tanto, por el lado de la demanda, la industria tostadora ha mostrado una notable capacidad de añadir gran valor a los granos verdes, focalizando los mercados de consumidores cada vez más segmentados y fragmentados. Como resultado, las multinacionales y las empresas en los países consumidores han captado ganancias posteriores importantes. Mientras esto sucede, la participación de los productores en el valor total se ha reducido considerablemente: de alrededor del 30 por ciento al 10 por ciento en los últimos veinte años. Para incrementar la participación en el valor del café consumido y aumentar el valor agregado, los productores deben desarrollar simultáneamente vínculos en las cadenas de oferta y estrategias publicitarias que presenten las ventajas comparativas de su café.

La globalización del comercio específicamente hablado de la comercialización del café en los mercados internacionales han provocado que el sector cafetalero también se desarrolle en cuando a mejorar la calidad del café, para poder competir a nivel internacional, para lo cual han desarrollado diferentes procedimientos orientados a producir y mejorar las relaciones de comercialización para lo cual ha tomado en cuenta los siguientes aspectos:

Trabajar con detallistas: Trabajar directamente con detallistas. De hecho, la habilidad de los detallistas para crear etiquetas privadas y evitar los canales tradicionales de comercio se está convirtiendo rápidamente en un factor competitivo crítico.

Dichas etiquetas están acaparando rápidamente una mayor proporción de las ventas a Supermercados, incluso en el sector de mercado de precios más altos. Además, no requieren de introducciones costosas en los mercados ni enfrentan competencia directa con los compradores actuales. No obstante, existen requisitos exigentes en términos de calidad, empaque y entrega a tiempo que podrían ser difíciles de cumplir. Por lo tanto, solo los grupos de productores y asociaciones más organizados tendrán la capacidad de tratar con ellos directamente.

Reducir la dependencia de intermediarios: Entre los diversos métodos para aumentar la participación en el valor agregado, uno de los más sencillos y discutidos con mayor frecuencia es la reducción de la intermediación, es decir, depender menos de los intermediarios. Aunque esto tiene un gran atractivo, los productores sin mucha experiencia lo deben meditar con cuidado. Los intermediarios, aunque a menudo son menospreciados, han demostrado realizar funciones valiosas y a veces muy eficientes en cuanto a los costos al proporcionar crédito, acumular volumen, encontrar compradores y suministrar el transporte; todo con mucha más eficiencia y mayor tolerancia al riesgo que muchos productores. Muchas asociaciones de productores carecen de las habilidades, el capital o el personal especializado para asumir la función orientada al mercado de los intermediarios. Aunque capacitar a las personas en dichas agrupaciones puede ser beneficioso en términos de lograr una transparencia en el mercado, para ellos suele ser un proceso dificultoso pasar a ser eficaces en otros papeles de la intermediación en el mercado. Una alternativa podría ser combinar los recursos de más de una organización en un grupo de segunda instancia o grupo matriz que luego contrate a una o a varias personas con las destrezas, la dedicación y el tiempo necesarios para realizar estas funciones como un negocio formal.

Captar el valor orientado al producto al comercializar café procesado o transformado: (por ejemplo, soluble o tostado y molido) puede requerir de gran habilidad e inversión, sobre todo si el mercado en mente es extranjero.

El valor orientado al proceso (orgánico o certificado como ecológico) puede ser menos costoso y, a la larga, proporcionar un porcentaje más alto de beneficios e ingresos directamente para el productor. Esto ocurre debido a que ya sea que un café se tueste localmente o en el extranjero, el precio que el productor recibe casi nunca cambia. Otra manera de captar el valor orientado al productor es explotar las Indicaciones Geográficas o Denominaciones de Origen que vinculan claramente la calidad y el valor a un cierto origen específico. A menudo las multinacionales y las grandes compañías realizan la transformación y distribución de productos procesados de café, por lo que

una manera de aprovechar esta situación es formando alianzas apropiadas con dichas empresas.

El reconocimiento de la marca: es una ventaja valiosa en el mercado cada vez más competitivo del café. Las marcas son esencialmente un símbolo de reputación. De hecho, algunos países han tenido que emprender grandes esfuerzos para ser considerados una marca. Empero, los programas no deben ser tan presuntuosos para ser exitosos ya que vemos varias marcas centroamericanas más pequeñas que ya han adquirido cierto grado de reconocimiento y éxito en el mercado.

Existen algunas reglas y lecciones claras a la hora de desarrollar una marca. Es necesaria una inversión a largo plazo y un compromiso sólido de las partes interesadas involucradas en su desarrollo. Para los productores que ofrecen cafés con Indicación Geográfica de Origen, esto significa un firme compromiso con la calidad a través de la denominación que necesariamente nace de una estructura orgánica sólida. Dicha estructura es vital para proporcionar información adecuada y capacitación técnica a los productores en esa zona, así como para vigilar que se cumpla con las exigencias de calidad de la denominación o la marca. El gobierno debe respaldar el trazado y desarrollo de indicadores geográficos adecuados y además, velar por la observancia de las reglamentaciones que los protegen.

Las marcas basadas en la denominación inicialmente requieren más trabajo desarrollarlas que una etiqueta o un logotipo diseñados por una agencia publicitaria. Por ejemplo, las denominaciones requieren de análisis del terreno, negociaciones entre las partes interesadas, definiciones y reglamentaciones jurídicas, todo lo cual implica paciencia, recursos y compromiso. Sin embargo, a la larga, también pueden ser más benéficas para los productores locales que comparten la propiedad de la marca. Las etiquetas inventadas, a diferencia de una zona específica, se pueden copiar o mejorar fácilmente y, al igual que la moda, pueden aparecer y desaparecer. Por el contrario, las denominaciones son propiedad de sus dueños locales quienes pueden, en

consecuencia, captar gran parte del valor, quizás incluso más que con cualquier otro método, y volverse más sostenibles.

Formulación de estrategias publicitarias para el café: Dada la limitación de recursos para realizar promociones y los niveles cambiantes de competencia, las labores de mercadotecnia deben ser elegidas con criterio y ser creadas por profesionales. Los enfoques más eficientes se centran en desarrollar relaciones como visitas de tostadores y ferias, en vez de la publicidad al azar. Algunas estrategias publicitarias valiosas como el comercio electrónico, el desarrollo empresarial, las campañas de consumo interno y los sistemas de información de mercados, ya se están probando y utilizando en la comercialización del café:

- Comercio electrónico, subastas y la “Taza de la Excelencia” Las subastas de café basadas en Internet se han ensayado durante dos años con un éxito notable, aunque en una escala muy limitada. En la negociación más importante del B2B hasta la fecha, una empresa noruega pagó US\$11,00/lb por un lote pequeño de café verde Las Nubes (ganador de la Taza de la Excelencia, Guatemala 2001) y en la subasta de café nicaragüense en el año 2002 se obtuvo un precio aun mayor para uno de sus cafés. En Brasil, la subasta electrónica de 54 toneladas de sus mejores cafés obtuvo precios de hasta US\$2,60/lb el año pasado. Brasil, Colombia, Guatemala, Nicaragua, Panamá y Uganda son pioneros en este campo, que promete desarrollarse aun más. Empresas como Comdaq, proporcionan plataformas de solución para desarrollar el comercio electrónico del café. El programa “Taza de la Excelencia”(Cup of Excellence) es el más extenso y una de las plantillas actualmente disponibles para los países productores que desean mejorar la calidad y obtener reconocimiento por la calidad para sus caficultores. La Taza de la Excelencia es reconocida internacionalmente como un evento de catación de café diseñado para identificar y promocionar los mejores cafés (dentro de un país) mediante una serie de cataciones a ciegas realizadas por jueces nacionales e internacionales. Los jueces evalúan cada detalle del café, desde el aroma y la acidez hasta el cuerpo y el balance entre ellos.

Estas competencias constituyen un testimonio de que el énfasis en la calidad del café, obtenida mediante mejores prácticas agronómicas combinadas con la instalación de laboratorios de catación modelo, puede producir cambios significativos en el comportamiento. Los competidores valoran la Taza de la Excelencia ya que puede ayudar a mejorar la imagen de un país en los mercados internacionales. A la fecha se han realizado tres Tazas de la Excelencia en Brasil, Guatemala (2001) y en Nicaragua (2002 al 2005), y hay otros países negociando para que la competencia también se realice entre sus fronteras.

El Internet se puede utilizar para otras cosas además de la comercialización tradicional. La habilidad de compartir nuevas formas de información puede ampliar las posibilidades de incluir sistemas de apoyo para controlar la utilización de la tierra, para la certificación y para la Indicación Geográfica o Denominación de Origen. Un programa piloto financiado por la USAID en Perú está ensayando con éxito estas posibilidades en línea. Su sistema de trazado de mapas sirve como prototipo para el proyecto conjunto de la SCAA sobre denominaciones de origen y mercadotecnia.

- Sistemas de información de mercados

La información es el elemento vital de los mercados agrícolas eficientes. La disponibilidad del precio exacto y otra información sobre el mercado ayuda a reducir los riesgos y el costo de las transacciones, y habilita mejor a los participantes en el mercado para planear y coordinar su producción y las actividades de comercio. La inteligencia de mercado es un bien público y ofrece argumentos válidos para establecerse con fondos públicos. Sin embargo, alrededor del mundo, muchos esfuerzos por desarrollar sistemas de información de mercados para el sector público han fracasado. La mayoría de los sistemas de información de mercados han carecido de utilidad comercial y no han sido sostenibles.

Para evitar los factores más comunes de los fracasos, deben considerarse cuatro aspectos clave: (a) se necesita financiamiento y capacitación para asegurar una gestión

privada y no gubernamental, (b) deben diseñarse mecanismos de recuperación de costos, (c) los sistemas deben establecerse en una escala modesta, al menos al inicio y (d) se necesita un proceso participativo que sea definido por el usuario y que incorpore la retroalimentación recibida. Un ejemplo excelente de un sistema de información de mercados sofisticado es un proyecto evolutivo que desarrolla información acerca de mercados “verdes”, dirigido por el Centro de Inteligencia Sobre Mercados Sostenibles (CIMS), con sede en San José, Costa Rica, bajo los auspicios del Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE), una de las principales instituciones académicas de América Latina. Todos los países centroamericanos pueden utilizar este sistema, pero incluso un sistema más sencillo, orientado hacia el café podría ser efectivo.

Organizaciones como las cooperativas y las asociaciones de comercio pueden ser excelentes vías de información especializada sobre mercados, en especial si están capacitadas para administrarla y diseminarla. En efecto, éste es un servicio de valor que pueden proporcionar a sus afiliados, pero es difícil de manejar y sostener si no se cuenta con organizaciones eficientes. La información valiosa del mercado también se transmite por medio de alianzas de mercado y es otra razón para apoyar el desarrollo integrado de las cadenas de abastecimiento.

3.- Aspectos que influyen en Desarrollo del Sector cafetalero.

3.1.- Organización

Tradicionalmente, el sector cafetalero en Nicaragua ha estado en manos del sector privado, se trata principalmente de asociaciones y cooperativas que permiten un equilibrio tanto a los productores como a las casas de procesamiento y exportación.

Típicamente, estas organizaciones se desarrollan en el ámbito de las ONGs y de entidades cooperativas de desarrollo. Estas organizaciones han nivelado el campo de

juego para los agricultores más pequeños y han obtenido acceso a los mercados internacionales.

Las asociaciones e instituciones han desarrollado alianzas con otros actores en la economía nacional e internacional del café. El propósito y enfoque de estas alianzas varían, aunque todas persiguen el objetivo general de mejorar los servicios y, con suerte, generar mayores ingresos para sus miembros. Algunos ejemplos de tales alianzas son los siguientes:

- Las asociaciones y cooperativas de Nicaragua, han firmado cartas de entendimiento con la Asociación de Cafés Especiales de Estados Unidos (SCAA) para obtener capacitación y asistencia técnica, y tener voz en la industria del café especial.
- Algunas cooperativas han negociado contratos de largo plazo con los tostadores para garantizar el uso del café producido por sus afiliados en las mezclas y marcas del tostador.
- Algunas cooperativas han tenido mucho éxito al vender su producto a organizaciones de Comercio Justo y promover las exportaciones de café orgánico con primas considerables. Algunas incluso han obtenido financiamiento de fuentes externas vinculadas con la producción y exportación de cafés de Comercio Justo y orgánico.

Las asociaciones y cooperativas tienen como objetivo común, lograr el bienestar de todos sus cooperados mediante la implementación de diferentes estrategias para lograr producir y comercializar el café de calidad, dentro de las cuales tenemos:

- Definición de estándares e incentivos para la producción de calidad y la competitividad. Identificar, evaluar y apoyar la producción de café de calidad requerida, para lo cual se requiere un consenso entre el sector cafetalero sobre

lo que significa producir café de calidad. Esto incluye el reconocimiento legal de normas y estándares definidos por el mercado. Una vez definida la calidad, se puede proceder brindando apoyo a los productores en cuanto a la producción y al procesamiento competitivos de café de calidad, y promoverlo en el mercado.

- Promover la certificación de calidad: Crear un sistema imparcial e independiente para la certificación de calidad: uno que responda a los requisitos del mercado con respecto a la preferencia de los consumidores y los atributos ambientales y sociales del producto.
- Apoyar la organización y consolidación de los pequeños productores. Las cooperativas y asociaciones apoyan la consolidación e integración de la industria cafetalera, en especial, al trabajar con pequeños y medianos productores para habilitarlos a lograr mejores economías de escala, un volumen adecuado, un mejor control de calidad y un mayor acceso al mercado.
- Brindan asistencia técnica a los productores y beneficiadores. Estas actividades deben ser dirigidas por el sector privado y responder directamente a sus necesidades, ya que pueden ser un elemento clave para potenciar a los pequeños productores y mejorar la calidad. Se puede brindar apoyo en dos áreas: adopción de prácticas óptimas para producir con calidad y evitar defectos, y desarrollo de capacidades para medir la calidad, a través de la catación y la evaluación física.
- Constituir alianzas. Las cooperativas y asociaciones han desarrollado alianzas con organizaciones nacionales e internacionales. Éstas varían en cuanto a propósito y enfoque, aunque el objetivo es proveer mejores servicios y asegurar ingresos más altos para sus miembros y para la industria cafetalera en general. Por ejemplo Las asociaciones cafetaleras y la Asociación de Cafés Especiales de Estados Unidos (SCAA) han firmado cartas de entendimiento para capacitación y

asistencia. Estas alianzas han sido importantes para mejorar el acceso a los mercados. Por ejemplo, las asociaciones cooperativas han negociado cuotas para el café producido por sus afiliados en mercados alternativos con precios más altos, como el de Comercio Justo, además de contratos de largo plazo con tostadores, garantizando el uso del café de sus afiliados en las mezclas y marcas del tostador.

El desarrollo de un marco jurídico en el cual se puedan sustentar las leyes internacionales que gobiernan los contratos de café, puede facilitar e impulsar el desarrollo de contratos a largo plazo y asegurar alianzas entre compradores y vendedores por medio de los cuales ambas partes puedan garantizar el desempeño.

Otros pasos podrían incluir el desarrollo de sistemas de información de mercados para los productores de café con respecto a precios y mercados potenciales, y facilitar la asistencia técnica para el desarrollo de marcas, alianzas estratégicas y acceso al mercado.

Mejorar la calidad comporta dos actividades primordiales:

- (a) mejorar la calidad en la producción primaria
- (b) mejorar la calidad en el beneficiado del café.

Los elementos principales para mejorar la calidad en la producción primaria son:

- Preparar adecuadamente el café antes y durante la cosecha. Esto involucra el uso de prácticas agronómicas y culturales apropiadas para asegurar la calidad.
- Desarrollar incentivos para cosechar café de buena calidad en términos de un sistema de retribución que reconozca y premie las diferencias en la calidad y que transmita eficazmente los precios a los productores. Mejorar el transporte a fin de evitar el deterioro de la calidad durante el transporte del café en cereza hacia los beneficios húmedos o del café procedente de estos beneficios

- Fortalecer las agrupaciones de productores para que desarrollen métodos organizativos y cooperativos que hagan frente a los problemas administrativos y mejoren la calidad. Por ejemplo, las asociaciones de productores pueden divulgar estándares de calidad y prácticas óptimas en el cuidado y la cosecha del café.
- Apoyar la producción de cafés diferenciados favoreciendo la extensión, la capacitación y la certificación necesarias de estos cafés.

Los elementos principales para mejorar la calidad en el beneficiado del café son:

- Invertir en equipo y procedimientos apropiados que protejan y mejoren la calidad del café.
- Establecer laboratorios de catación e impartir sesiones de capacitación en los beneficios para aprender a evaluar mejor la calidad.
- Fortalecer las prácticas administrativas y de comercialización en los beneficios a fin de que promuevan el café de calidad y transmitan recompensas a los productores que entreguen una mejor calidad.

El sector cafetalero Nicaragüense, en sus diferentes organizaciones actualmente están poniendo en práctica todos estos elementos que contribuyen al mejoramiento de la calidad del café en sus diferentes etapas, con el objetivo final de ser competitivo en el mercado internacional.

3.2.- Producción del rubro

La producción del café es a partir de semilla botánica con alta productividad, de tamaño uniforme y libre de enfermedades y con adaptación a la zona donde se establecerá.

El proceso productivo del cafeto inicia de la siguiente manera:

- Establecimiento y manejo de la plantación:

- a) hechura del semillero (siembra de semilla)
- b) Vivero y su manejo (trasplante de la plántula ya germinada a los 45 días en bolsas de polietileno). El manejo incluye riego, control de malezas, fertilización, control fitosanitario (funguicidas e insecticidas).
- c) Establecimiento en la plantación definitiva a los 6 meses de establecido el vivero o almacigo.
- d) Área de siembra: limpieza del terreno, levantamiento topográfico con curvas a nivel y pendiente, estaquillado, ahoyado, siembra de la planta de café y de sombra.
- e) Mantenimiento del café una vez establecido: control de malezas forma mecánica y química, fertilización, sombra para regular los vientos y la entrada de luz.
- f) Poda: en este manejo se trata de mantener bien trabajado para obtener buena producción, el problema se presenta cuando la planta se agota y se vuelve improductiva, el manejo de las podas se constituye en la principal labor para el café que da al cafeto una armazón robusta equilibrada y buena producción.
- g) Foleo: para combatir enfermedades y corregir deficiencias nutricionales.
- h) Fertilización: la planta necesita alimentarse para vivir tomando sus alimentos del suelo y aire a través de sus raíces y hojas.
- i) Drenajes: se recomienda hacer zanjas donde hay encharcamientos para evitar el estancamientos de aguas para que no perjudique al cultivo.
- j) Cosecha del café: la maduración de café obtiene presentando después de la floración en los meses de septiembre, octubre y noviembre en zonas bajas, en zonas altas en Diciembre, enero y febrero que es la alta maduración. En esta

actividad de corte se café se recolecta el 95% de la cosecha, en estado de madurez o rojito.

- k) Repela: esta fase es la última de recolección de café y se realiza en un 15% de la cosecha cuando tiene no más un 30% de verde el grano de café. Para la recolección del café hay que contar o tener canastos, cabuyas.
- l) Industrialización del café (Beneficiado húmedo y seco):

Otros aspectos a considerar en la producción del café tendiente a mejorar la calidad y reducir costos para ser competitivos en los diferentes mercados son las siguientes:

- Biodiversidad. Cambiar hacia cafés especiales implica el manejo del bosque de sombra y la adopción de un método proactivo para mejorar la biodiversidad y el ecosistema, así como la conservación del suelo y del agua. Aparte de beneficiar el medio ambiente, esta estrategia puede generar beneficios económicos para el productor si le abre acceso a mercados que venden productos ecológicos con sobrepuestos. • Uso de tecnologías más limpias. Las medidas de conservación y reciclaje de aguas aplicadas tanto en beneficios grandes como pequeños, se pueden asociar de manera indirecta con el control de la calidad.
- Administración de la finca. Los buenos procedimientos de administración incluyen el control de la erosión, el uso racional de agroquímicos, y el manejo de la sombra y de los desechos, junto con el uso de variedades resistentes, la cosecha de cerezas maduras, la preparación y limpieza adecuada del cafetal después de la cosecha. Un cafetal bien administrado desde la perspectiva medioambiental se asocia directa y positivamente con la calidad: por ejemplo, a través de la prevención de defectos y la uniformidad de las cerezas cosechadas.
- Café orgánico. La producción de café orgánico comprende varias actividades con efectos positivos para el ambiente. La disminución en el uso de agroquímicos y el

enfoque en el manejo de la sombra, aumenta el nivel de biodiversidad. Además, eleva la conciencia ambiental del consumidor.

- Conocimiento e información. El mejoramiento de la calidad del café requiere de conocimiento e información. Esto se puede suministrar a través de la asistencia técnica al pequeño productor en zonas retiradas, y se puede ofrecer a través de ONGs y otras instituciones científicas de investigación de la producción del café.
- Asistencia técnica. El acceso a la asistencia técnica es el elemento importante para que los productores tengan conocimientos especializados y las destrezas necesarias en la producción y el negocio en cuanto al cultivo del café.

Ni la certificación de café orgánico o de Comercio Justo ni la mejor historia sobre el ambiente logrará vender café con una prima si la calidad no es buena.

Esta es la dura lección que los productores de café tienen que tener en mente, así como conservacionistas bien intencionados. Por lo tanto, una asistencia técnica permanente, eficiente y oportuna para producir y procesar café de alta calidad, es un elemento importante para promover el cultivo calidad si los agricultores desean vender su café con un mejor precio en el mercado.

3.3.- Estrategias para comercializar el café

El sector cafetalero es un importante componente de la economía nacional en términos del empleo y de las exportaciones.

La gran dependencia de la economía Nicaragüense del café la hace vulnerable a los descensos en el mercado y a las presiones competitivas existentes en la industria. La crisis del café realmente se ha venido manifestando desde hace algún tiempo, pero no fue sino hasta hace poco que ha afectado al sector a medida que se ha reconocido la

necesidad de introducir cambios estructurales de largo alcance en la producción y comercialización mundial del café.

“La actual crisis cafetalera en Nicaragua presenta el enorme desafío de mejorar la competitividad general de los sectores café frente a la economía mundial. Si bien existen estrategias que la industria del café podría emprender para mejorar su situación actual, es poco probable que la misma logre una recuperación rápida en los precios mundiales o en la rentabilidad de las fincas. Para poder subsistir, los cafetaleros no competitivos tendrán que cambiar, total o parcialmente, a otras actividades agrícolas o no agrícolas. A la vez, sus empleados y otras personas involucradas en actividades económicas directamente relacionadas también tendrán que identificar medios de vida alternativos “. (<http://www.scaa.org/pdfs/2002> pág 39)

En consecuencia, los productores están expuestos más directamente a los cambios en los precios internacionales del café y ha crecido el interés por identificar medios para aumentar y/o estabilizar los ingresos relacionados con la producción de café. El término “diversificación” a menudo se utiliza como una solución a los problemas de bajos precios y/o fluctuación en los precios del café. Sin embargo, cuando el término se emplea de forma general, realmente significa que los productores deben cambiar sus actividades actuales. A fin de identificar estrategias apropiadas, es necesario comprender las diferentes formas en que los caficultores pueden diversificar o cambiar sus actividades para generar mayor rentabilidad y/o ingresos más estables.

Existen distintas maneras de aumentar y estabilizar los ingresos de los productores mediante la diversificación que combine un aumento de la competitividad dentro del café junto con la introducción de otras actividades. Un aspecto fundamental de las estrategias dirigidas a fomentar la competitividad y la diversificación es aumentar la flexibilidad de los sistemas de cultivo, división de la mano de obra y el capital en el hogar, de manera que los cambios en las actividades, tecnologías, base empresarial, mecanismos financieros y de comercialización respondan a las cambiantes condiciones del mercado y tengan costos de transacción relativamente bajos, lograr una mayor

competitividad y diversificación comporta un proceso de cambio paulatino y no se ajusten al establecimiento de objetivos de producción específicos.

Aumentar y estabilizar los ingresos de los agricultores son las metas no elevar las estadísticas de producción. Los procesos para fomentar la competitividad y la diversificación deben estar dirigidos por la demanda, dado que el principal cuello de botella normalmente no son las limitaciones en la oferta. Por el contrario, estos procesos dependen de actividades interrelacionadas en el campo del procesamiento y valor agregado logradas a través de mejoras en la calidad, el financiamiento y los planes de comercialización, así como mejores prácticas poscosecha. Por tratarse de un proceso de cambio paulatino, en el corto plazo es importante explotar las fortalezas de los sistemas de producción de café existentes e introducir cambios incrementales antes de efectuar cambios radicales de gran alcance.

Uno de los postulados básicos de la teoría económica es la ganancia (es decir, los rendimientos crecientes) lograda por medio de la especialización. No obstante, la especialización (y los mayores rendimientos) puede producir una mayor exposición a riesgos (por ejemplo, una mayor variabilidad de los rendimientos). Por ende, existe una posible compensación recíproca entre riesgo y rendimiento que podría incentivar algún grado de diversificación y/o uso de algunas estrategias de gestión de riesgos. Otro punto de aclaración es que los costos y beneficios de la especialización y la diversificación deben considerarse en la finca, el hogar, así como en la comunidad, región y en todo el país. Es obvio que especializarse en una actividad bastante rentable económicamente tendría sentido, mientras que diversificar en actividades con una baja rentabilidad, no es una buena opción. Por último, es importante reconocer que las estrategias de especialización y diversificación pueden tener efectos sociales y ambientales considerables en todos los niveles.

AUMENTO DE LA COMPETITIVIDAD PUEDE GENERAR DISTINTAS OPCIONES

El aumento de la competitividad puede comportar actividades como las siguientes:

1. Cambiar la forma en que se produce el café – adopción de mejores tecnologías de producción para incrementar la productividad y/o la calidad del producto. Además, aumento de los rendimientos generales derivados del aprovechamiento de la tierra por medio de la siembra intercalada con otros cultivos y animales.
2. Cambiar las relaciones comerciales en el financiamiento y la comercialización del café – uso de esquemas alternativos de financiamiento y comercialización, incluyendo estructuras orgánicas alternativas (por ejemplo, cooperativas, asociaciones) para reducir los costos de transacción y aumentar el valor agregado que perciben los productores.
3. Cambiar la forma del producto final del café adopción de tecnologías, poscosecha nuevas y mejoradas (por ejemplo, en el procesamiento, empaque, almacenamiento, transporte) que aumenten el valor neto del café para los productores.
4. Identificar usos alternativos para el café identificación de tecnologías de procesamiento que conviertan el café en nuevos “productos cafeteros” (por ejemplo, café helado, dulces de café y confituras), ecoturismo en zonas cafetaleras o nuevos productos no relacionados con el mismo café (por ejemplo, el uso de varios subproductos del café).

Por lo tanto, existen diversas opciones para aumentar la competitividad de los productores modificando la combinación de tecnologías y los mecanismos financieros de comercialización, así como las prácticas poscosecha. Estas opciones no son fáciles de concretizar, pero tienen la ventaja de permitir a los productores continuar especializándose en la producción de café.

DIVERSIFICACIÓN

Diversificación significa cambiar lo que se produce en la finca a actividades alternativas (cultivos o animales) en la explotación agrícola. Pero diversificación también significa cambiar la asignación de mano de obra/capital hacia actividades fuera de la finca – cambiar a actividades agrícolas y/o no agrícolas fuera de la finca en la zona o mediante la emigración (temporal o permanente). Algunos caficultores podrían incluso decidir vender o abandonar su finca.

En consecuencia, la diversificación incluye cualquier actividad agrícola o combinación práctica de actividades no relacionadas con la producción de café que generen ingresos netos positivos en la finca. Para los cafetaleros no competitivos, la diversificación puede ser una alternativa viable para lograr su sostenibilidad económica en el mediano a largo plazo. El término no competitivo se emplea aquí para describir las fincas cafetaleras que no pueden competir en los mercados internacionales, ya sea por poseer condiciones agroclimáticas inapropiadas o una estructura de costos que les impide ser rentables al competir en el segmento de productos básicos del mercado, o bien, porque no pueden producir cafés que compitan en el segmento de alta calidad del mercado, como por ejemplo el ecoturismo además de mejor sostenibilidad, los productores en algunas zonas también se podrían beneficiar al combinar la producción de café orgánico cultivado a la sombra con el ecoturismo. Se ha comprobado que estas zonas naturales de producción de café atraen una mayor cantidad de pájaros y vida silvestre; en algunas zonas rurales, el ecoturismo puede ser económicamente más importante que la agricultura. Las zonas cafetaleras del norte de Nicaragua prestan las condiciones para ofrecer este tipo de actividad como por ejemplo tenemos La Finca Esperanza Verde, Serlva Negra, en el departamento de Matagalpa y Miraflor, en el departamento de Estelí entre otras, donde han instalado albergues, puestos de comida, senderos entre otras actividades dedicadas a diversificar modelos de producción del café sobre todo ecológicos y a educar a las personas sobre su cultivo. Su intención es crear un paraíso turístico multipropósito. Las fincas cafetaleras diversificadas y bien manejadas, se

prestan perfectamente para aplicar este concepto y podrían ser destinos turísticos importantes.

La estrategia que se seleccione ya sea fomentar la competitividad o la diversificación dependerá de la estructura del sector cafetalero (por ejemplo, perfil de los productores, tecnologías, combinación de destrezas de los trabajadores), de las condiciones agroecológicas de los distintos productores, de los servicios públicos de apoyo agrícola (por ejemplo, investigación y extensión), de la infraestructura de transporte y comunicaciones, del sector privado (por ejemplo, los entes financiero y de comercialización), del entorno reglamentario, etc.

Una de las estrategias deberá consistir en identificar mercados alternativos para el café y estudiar opciones para nuevos mercados, incluso transformando el café en productos con mayor valor. Actualmente, podría ser más realista introducir cambios incrementales en las prácticas agrícolas y de poscosecha (para incrementar la productividad y la calidad de los productos), así como tomar acciones más sofisticadas en el ámbito financiero y de comercialización, incluso mejorando el procesamiento poscosecha y las tecnologías y las disposiciones de almacenamiento y transporte.

Al fomentarse la competitividad en el café o la diversificación fuera del café, el sector Público puede jugar un papel importante suministrando información, en investigación e infraestructura. El sector privado –nacional e internacional deberá tomar la iniciativa de identificar oportunidades, facilitar la adopción de tecnologías apropiadas y procurar buenos esquemas financieros y de comercialización. Podrían necesitarse promotores (por ejemplo, empresas que conozcan las condiciones locales y que tengan vínculos con empresarios nacionales y extranjeros) que identifiquen oportunidades y ayuden a establecer relaciones comerciales entre empresas privadas con productores y grupos de productores.

“El sector público debería asegurar que la situación macroeconómica y el marco jurídico sean favorables para las empresas nacionales y extranjeras. Además, el gobierno

podría invertir en infraestructura de transporte y comunicaciones con el objeto de reducir los costos de transacción y aumentar la competitividad. Parte de la inversión en este tipo de infraestructura podría coordinarse a nivel comunitario, así como las inversiones para mejorar la infraestructura de abastecimiento de agua y saneamiento, y los servicios de educación y salud, como parte de una estrategia integral de desarrollo rural generalizado.” <http://www.ensayos/192003/crisiscafetatera/efectos/.pdf>

Otra de las estrategias podría ser el desarrollo de los mercado nacional el cual con el estímulo adecuado, puede tener resultados significativos en el consumo del café a nivel interno ya que actualmente la mayor parte de café producido para consumo nacional se vende con impurezas (cáscaras y variados rellenos no derivados del café), por lo tanto se podría cambiar esta situación con una serie de campañas publicitarias dirigidas a varios segmentos de la sociedad, como productores, intermediarios y tostadores.

Estrategia de comercialización debe incluir algunas variaciones:

- a) Marcas por zonas de producción,
- b) Calidad, sabor, regiones ecológicas, y nichos de mercado.
- c) Participación en diferentes ferias Nacionales e internacionales.

La meta del país debería ser producir la mejor calidad posible para poder venderlo como café diferenciado por calidad con premios en el precio en mercados específicos.

En materia de Competitividad de la cadena de café, la articulación debe dirigirse a:

1. Facilitar información de mercado a los productores.
2. Establecer y mejorar las relaciones comerciales con los compradores internacionales
3. Ampliar la capacidad y eficiencia en la certificación

4. Incentivar el consumo local de café industrializado.
5. Promover campañas de control y reducción de costos.
6. Explorar opciones con otros cultivos
7. Desarrollar y mejorar infraestructura de apoyo: comunicaciones, caminos, portuaria, etc.

3.4.- Diferentes etapas que atraviesa el sector cafetalero para comercializar el producto.

Auge Cafetalero: El incremento de la producción cafetalera entre 1880-1891 es sólo comparable en la historia económica nicaragüense al incremento de la producción de algodón de 1950-1966, e indica que en la vísperas de ese período se establecieron las bases que lo posibilitaron: la acumulación de tierras en manos de grandes latifundistas por la expropiación de terrenos comunales y el que los indígenas expropiados quedaran disponibles como mano de obra para la gran hacienda cafetalera. Lo que condujo al auge del sistema de producción cafetalera.

Desde que se comenzó a comercializar el café generó divisas extrajeras al país y a los productores del mismo ganancias considerables que alentó aún más al sector cafetalero a expandir este cultivo al resto del país.

Un ejemplo es el tipo de vida que tenían los productores de esa época, que se daban el lujo de mandar a sus hijos a estudiar en escuelas de renombres en el extranjero, salir del país en giras vacacionales, compras de bienes, etc, lo que los constituyó como un sector fuerte y respetado dentro de la sociedad Nicaragüense.

Así mismo el gobierno incentivó la siembra de éste cultivo dando exoneraciones de impuestos a los productores pagando un mejor precio por quintal producido, y dando las facilidades técnicas y financieras para el proceso del cultivo.

Algunos grandes empresarios confiesan su culpable dependencia del sistema financiero. Pero ninguno declara el mal uso que hizo de los créditos, desviándolos hacia el consumo ostentoso: la casita en la finca, la casa en la playa, la casona en Managua, la flota vehicular -varios carros y de 20 mil dólares en adelante-, los viajes a Miami, etc., son algunos de los lujos que no les han permitido ahorrar y tomar provisiones. Y a los que siguen aferrados. Su opción consistía en reducir costos desempleando gente, gastar menos en salarios para conservar su estilo de vida. Una determinación que les llevo poco a poco a olvidarse de la inversión constante en la hacienda que les permitió a sus padres y abuelos amasar la fortuna que les heredaron.

Situación actual: El café es uno de los cuatro productos de exportación de los que dependen los ingresos del país, y si a esto se suma el bajo valor agregado de tales exportaciones, la agroindustria nacional obtiene los ingresos más bajos de la cadena. Mientras en la reciente crisis mundial de café, el quintal oro se colocaba hasta en unos \$ 46, el café molido dispuesto al consumidor en supermercados y tiendas mantenía sus precios.

“Las exportaciones cafetaleras para la cosecha 2000/01, fueron del orden de los U\$ 109.13 millones de dólares, U\$ 34.0 millones menos que el promedio de los últimos cinco años”.¹

“Ciclo 2001/02 alrededor de los U\$ 50 millones de dólares, U\$ 60.0 millones menos que el año anterior y U\$ 92.0 millones menos que el promedio.

¹ Gómez Elizabeth, BID/MIFIC, Ficha Producto El Café- Managua – Nicaragua 2004, página 57

En términos de generación de empleo, las cifras oficiales calculan una pérdida desde el año 2001 a septiembre de 2002 de 85,000 empleos, aumentando la tasa de desempleo a un 14 %.

Las alcaldías de los municipios cafetaleros reportan caídas de más del 50% de sus recaudaciones municipales.”²

Actualmente hay demasiada oferta de café en el mundo, la cual se espera que siga creciendo en los próximos años. Los precios son volátiles ya que estos varían según la oferta mundial y por fenómenos naturales que están fuera del control de los productores. Estos precios han ido decayendo durante los últimos años por la sobre oferta existente.

Esto se debe mayoritariamente a causa de la ayuda brindada por el Banco Mundial a Vietnam para convertir su industria Cafetalera una potencia que sacara al país adelante.

Esto ha disminuido el precio del café robusto y ha afectado también los precios del café árabe lavado que se produce en Centro América, México y Colombia.

En 1999, comenzó lo que se ha dado en llamar Crisis del café del siglo XXI. Atribuido a un fenómeno combinado de factores entre los que están:

- 1- La súbita aparición en el mercado internacional del café de Vietnam. Este país, pasó de un país insignificante a ser el segundo productor de café del mundo en solamente 10 años, esto significó una saturación en las reservas mundiales, he hizo bajar los precios a niveles mínimos más bajo que el costo para producir el café arabiga.
- 2- El café producido en Vietnam, es de la variedad robusta, su precio, a si como su calidad es inferior al café arabiga producido en Centroamérica.

² Gómez Elizabeth, BID/MIFIC, Ficha Producto El Café- Managua – Nicaragua 2004, página 59

- 3- El café robusta es usado en grandes cantidades y porcentaje en la mezcla de café del tipo comercial procesado en Europa y Norteamérica.
- 4- Lo buenos precios que gozó el café desde los años 1994 a 1999, indujo a muchos cafetaleros a incrementar su producción que contribuyo a una sobreoferta de café años más tarde.
- 5- Para lograr este aumento en la producción muchos cafetaleros, especialmente los grandes, adquirieron enormes deudas con los bancos, para ampliar plantaciones e infraestructuras.
- 6- Con estas inversiones los costos se elevaron no pudieron competir con cafés, que aunque superiores con calidad comparados con Vietnam o Brasil, su producción era más costosa.
- 7- Falta de reserva o ahorro de parte de los productores. Muchos estaban acostumbrados a la habilitación bancaria anual para cubrir las bajas del café.
- 8- En el mundo globalizado actual no se puede vivir de un solo producto, las fincas se dedicaban solamente a café, se había perdido la sana costumbre de diversificar la producción, muchos productores habían eliminado áreas de otros cultivos para producir más café.
- 9- El nivel de tecnificación del cultivo del café se había salido de las manos, en el sentido que se gastaban grandes cantidades de dinero en importaciones como en insumos químicos de fertilizantes, herbicidas y plaguicidas, así como en maquinaria y vehículos. Esto sumado a los costos de financiamiento incrementó desmesuradamente el costo de producción de éstos productos.
- 10- Todos los factores anteriores se aplican al resto de los países productores, pero en Nicaragua hubo un agravante adicional, que tanto las plantaciones como la infraestructura de las fincas de café estaban obsoleta después de una época de estancamiento en la inversión, que muchos quisieron arreglarla con dinero prestado.

En la década de los 90' Nicaragua, entro de nuevo al mundo de la libre empresa.

Prácticas corruptas en la banca nacional en estos años facilitaba préstamos muchas veces sin respaldo, solamente por contacto político o social. Se produjo cierre por

insolvencia del Banco Nacional de Desarrollo, repercutiendo en varios bancos privados que también tuvieron que cerrar operaciones. El gobierno central optó por respaldar con dinero del estado las cuentas de esos bancos. Autorizó condonaciones de deudas por intereses y pago de las mismas con bonos estatales que valían un 30% de su valor real. Esto afectó indirectamente al pequeño productor y al empresario ordenado porque se disminuyó el circulante dinero en toda la nación, los préstamos en la banca privada se hicieron más difíciles de adquirir. Muchas propiedades fueron subastadas.

“La crisis del café continúa, sin embargo muchos productores han buscado nuevos mercados que están ayudando a amortiguar las consecuencias producto de la crisis cafetalera. Su impacto es importante porque de la actividad cafetalera ganan su sustento un estimado de 25 millones de familias alrededor del mundo.”
(<http://www.scaa.org/2002/wbcentral-esw-español.pdf>.)

En el comercio mundial el café ocupa el segundo lugar entre los productos genéricos después del petróleo. El mercado mundial está constituido por alrededor de 71 países, de los cuales 51 son oferentes y 20 son demandantes. Los precios no han aumentado como debieran para hacer rentable el negocio a la mayoría de los productores, a pesar de que en la cosecha 2003-2004 la producción ha disminuido en el ámbito mundial.

En Nicaragua el café sigue siendo muy importante en sus exportaciones: su importancia relativa es casi cinco veces mayor que la de Costa Rica, pero bajó de un 25 por ciento en el 2000 a un 14 por ciento en el 2003.

La producción disminuyó un 27 por ciento y el empleo un 39 por ciento el salario mínimo oficial aumentó de \$2.3 en el 2001 a \$2.51; pero el salario pagado en finca fue de \$1.57. En consecuencia, el gobierno nicaragüense tuvo que implementar medidas de protección social, la situación se consideraba crítica en relación a la actualidad, Nicaragua tiene el rendimiento por hectárea más bajo, los productores de menos de 20 manzanas han obtenido como promedio 5 quintales por manzana, lo que evidencia una disponibilidad de recursos en efectivo muy reducida.

“El gobierno de Nicaragua ha elaborado un plan llamado “Estrategia para la Reconversión y la Diversificación Competitiva de la Caficultura en Nicaragua”. También se ha delineado una estrategia denominada “Cluster de Café,” considerada como la fórmula de éxito. Consiste en la combinación de clusters competitivos y dinámicos con el desarrollo de infraestructura, ello con el fin de lograr el crecimiento económico y mejorar la calidad en las regiones. Además de lograr acceso a los mercados, se pretende fomentar la reforestación a nivel de parcela. En este país se han desarrollado modelos comunitarios vinculados con sociedades de Estados Unidos, lo que ha generado proyectos de café Orgánico, miel, mariposas, medicina natural y ecoturismo. “ (Gómez Elizabeth – BID/Mific. Pág 20)

Por parte de los productores agrupados en asociaciones y cooperativas han optado diferentes estrategias comerciales acorde con la demanda global del mercado internacional que permitirá incluir al sector cafetalero nicaragüense, en la competencia internacional de los mercados de cafés especiales y certificados: café gourmet, este es un término francés aplicado a la cocina de buena calidad, en el caso de café se aplica al que tiene un buen balance entre aroma, el cuerpo y la acidez y el que tiene mayor demanda en los cafetines, restaurante y casas particulares. Se vende usualmente en grano entero tostado y en tiendas especiales, se conserva fresco y solo para ser molido al momento de ser consumido.

La demanda internacional del café de alta calidad comenzó en Estados Unidos, en la década de 1970, fue incrementándose poco a poco hasta que en los años 90’, en que casas compradoras de café gourmet se acercaron a Nicaragua, que ya empezaba a vivir un clima de estabilidad, buscando fincas que tuvieran buena calidad de café y un buen proceso de beneficiado.

Cafés de calidad:

Con el concurso internacional de calidad de café conocido como taza de la excelencia, llevado a cabo en el año 2002-2005, se ha demostrado que Nicaragua tiene una de las

mejores calidad de café del mundo, que hay buena experiencia en la práctica de su cultivo y proceso encontrándose en el mercado a principio del siglo XX, marcas de café nicaragüense, conocida mundialmente por su excelente calidad, lo que le permite al sector cafetalero nicaragüense tener una ventaja competitiva en el mercado internacional.

Cafés Especiales:

Desde los años 1990, ha nacido en Nicaragua una nueva modalidad del cultivo del café, respondiendo a la demanda del consumidor moderno, con más preocupación ecológica y social. Entre los cafés especiales se engloban los orgánicos, de trato justo (Fair Trade), los Ecológicos, cafés con sombra, los de finca (State Coffees) y los de origen.

El cultivo de café con esta modalidad ha permitido a muchos productores enfrentar un mercado deprimido al obtener precios sensiblemente superiores al café con uso intensivo de agroquímicos.

Aunque la producción orgánica es menos productiva por área cultivada, los productores pueden contar con un tipo de protección ante la fluctuación de los precios ya que la producción y venta requiere compromiso a largo plazo de ambas partes, el productor y el comprador. Estas casas compradoras valoran las fincas por las buenas condiciones ambientales, ecológicas, sociales y calidad del producto.

La calidad del café del siglo XXI, debe ser arriba de lo que llaman factor 81, Plus Sensory Target, que significa una buena calidad aceptada por catadores expertos.

3.5.- Partes del TLC que afectarán al sector cafetalero Nicaragüense.

Hoy en día hay nuevos eventos en materia comercial en el contexto externo para Nicaragua, con fecha y apellido; están presentes las negociaciones con USA, el Canadá, el ALCA, la OMC y Centro América y República Dominicana (CAFTA-DR). El país esta atravesando una etapa decisiva en cuanto a su inserción en la corriente de los

mercados globalizados. Por la importancia estratégica que representan estos eventos y sus respectivas negociaciones, la conducción de estos procesos tuvo que haber pasado primero por un proceso nacional de consulta con la sociedad y los sectores productivos, sujetos activos sobre los que recaen las consecuencias de las decisiones económicas tomadas y comprometidas por los negociadores de turno en dichos eventos.

Desde el año de 1991, Nicaragua se ha visto involucrada activamente en un proceso de apertura unilateral sin precedentes en América Latina; proceso que se ha realizado sin una visión estratégica por parte del Gobierno y realizada sin el respaldo de la mayoría de los sectores de la sociedad Nicaragüense. Mas aún, tanto las decisiones iniciales de apertura unilateral, como las presentes, han sido realizadas sin un plan de desarrollo, sin mecanismos de compensación para el sector productivo; pues el Gobierno ha cedido los beneficios de la apertura de la economía nacional a cambio de nada, en consecuencia, los resultados obtenidos hasta hoy con dichos acuerdos y negociaciones comerciales han provocado efectos negativos muy severos en el sector productivo agropecuario.

El Gobierno sigue insistiendo en una estrategia económica ajustada exclusivamente sobre una plataforma construida en la apertura unilateral y de negociaciones de TLC's, sin poseer capacidad y preparación. Y con enormes limitantes para crear mecanismos compensatorios apropiados a los sectores menos desarrollados del país. Ha sido una política comercial equivocada, en cuanto a empujar aún más a los sectores productivos a la competencia internacional a través de negociaciones comerciales imprecisas, sin antes hacer una revisión crítica de errores cometidos tanto, en negociaciones mal encaminadas, como en su propia estrategia económica. En efecto, la reciente aprobación del Tratado de Libre Comercial de C.A, República Dominicana con USA (CAFTA-DR), podrían ofrecerle al sector productivo oportunidades importantes, pero también se prevén efectos negativos para el sector nicaragüense, pues el Gobierno de Nicaragua no ha sido capaz de construir planes apropiados de reconversión y apoyos directos a los sectores productivos para que éstos puedan menguar los efectos drásticos de eventuales y sucesivos mecanismos de apertura.

De los errores estratégicos más importantes que los Gobiernos de Nicaragua han cometido a partir de 1991, el más trascendental ha sido de practicar una desgravación arancelaria acelerada sin contar con estudios precisos de impacto y medición de efectos en los sectores productivos. Actualmente Nicaragua presenta una estructura económica, en términos arancelarios, de la más abiertas en América Latina pero con fuertes distorsiones de competitividad en su mercado de factores productivos, pues la estrategia de hacer desgravación arancelaria acelerada sin políticas e instrumentos compensatorios apropiados para reducir los costos de transacción, el aseguramiento de la infraestructura apropiada, la facilitación, la tecnología aplicada, la educación técnica e información de mercados, etc. ha traído como consecuencia el estancamiento del sector externo de nuestro país. Las negociaciones se han hecho de forma imprudente y cómodas, pues por una parte, se ha hecho caso omiso de la opinión de los sectores productivos y por otra parte la posición negociadora del país ha sido débil. Estos desaciertos han afectado de forma permanente al sector productivo, impidiéndole crear y fortalecer cadenas agroindustriales, condenando al sector rural a la producción exclusiva de bienes primarios y debilitando la fortaleza negociadora del país.

La situación imperante actualmente con la aprobación del Tratado de Libre Comercio con USA (CAFTA-DR), expone a los sectores productivos del país a una situación sin margen de alternativas, puesto que impulsar reformas arancelarias correctivas es casi imposible por el marco de compromisos ya suscritos por Nicaragua. El poder de negociación del país es débil, no se cuenta con estrategia para la incorporación activa y competitiva de los sectores productivos al mercado internacional, y el Gobierno carece de recursos para intervenir activamente en la eliminación de los obstáculos del mercado de factores y reducir los elevados costos de transacción que padece el comercio del sector productivo del país.

Factores macroeconómicos:

Los resultados de la estructura arancelaria aplicada durante el periodo 1991-2002, más la política monetaria y cambiaria, han generado distorsiones de competitividad de lo

distintos sectores productivos. Adicionalmente se infiere que la agricultura está sujeta a políticas públicas con cierto grado de incoherencia. De esta manera, el sistema de incentivos provisto por la política gubernamental que se difunde en diferentes planos: el arancel protectorio sobre los productos, el pagado sobre los insumos, las preferencias bilaterales y multilaterales externas, las restricciones cuantitativas que los refuerzan a través de su correspondiente arancel equivalente, la promoción de exportaciones, las exoneraciones de impuestos, las contribuciones directas de organismos no gubernamentales, etc., es decir, el conjunto de reglas de carácter objetivo y subjetivas a través de las que se difunde la política gubernamental en diferentes niveles protectivos sobre el valor agregado de los bienes del sector productivo, no son ordenadas ni coherentes.

Las políticas públicas imprecisas y los retrasos estructurales del sector, se han estado filtrando en la formación de precios de manera imperfecta resultando un saldo competitivo de baja rentabilidad. El gasto público dirigido al sector productivo no tiene impactos reales positivos e inmediatos, pues tanto su estructura como en sus componentes y estacionalidad, no son apropiados y acoplados con la real situación del sector productivo.

Según estudios hechos por el Banco Mundial, el sector productivo nicaragüense presenta una alta protección efectiva, cuyo componente mayor se presenta en las restricciones no arancelarias traducidas a costos de transacción. El resultado acumulado de estos problemas es producto de los deficientes caminos de penetración, las carreteras, los puertos, los aeropuertos, las telecomunicaciones, situación que hace aumentar los costos de transacción. La ineficiencia de los costos de transacción genera un elevado margen de valor agregado a los bienes importables en deterioro de los bienes exportables, reduciendo grandemente la competitividad de la agricultura con relación a los mercados extranjeros y reprimiendo el potencial de crecimiento de las exportaciones. Las inversiones del sector público en la infraestructura, son importantes para liberar el sector privado de obstáculos en la formación de negocios en servicios para el sector agrícola y otros sectores, pero éstas son limitadas y sin enfoques

precisos. Mientras este problema no este ampliamente reconocido a través de los planes de presupuesto del Gobierno, las inversiones hacia el sector serán indefensas y afectarán su reconversión tecnológica.

La política arancelaria “imprecisa y excluyente” promovida por el Gobierno desde 1991, ha contribuido configurar para el sector agropecuario los rasgos de una deficiente productividad sistémica de la base productiva y en la cadena agroindustrial. Los continuos cambios de política arancelaria que se han implementado han incidido negativamente en los factores estructurales e institucionales prevaecientes en el sector agropecuario y ha entorpecido un mejor desempeño y aprovechamientos de la competitividad de productos primarios del país. Dichas políticas han propiciado una adormecida gestión empresarial y la extinción de las cadenas productivas. La política Arancelaria, Fiscal y Monetaria en su conjunto han hecho posible la carencia de una apropiada instrumentación de incentivos para el sector que representa el mas importante fundamento de estabilidad social del país, y a su vez, en lugar de contribuir a mejorar la eficacia del mercado, por la forma y manera como han sido implementadas y dirigidas, han propiciado un retardo en la inserción competitiva del sector y obscurecido el potencial competitivo del país.

El proceso de negociaciones lo fundamental son las modalidades que han de seguirse para reducir los aranceles y otros medios para mejorar el acceso a los mercados, tales como la expansión de las oportunidades de acceso a los mercados a través de compromisos de acceso expresados en contingentes arancelarios; cuestiones relacionadas con las normas, tales como la administración de los contingentes arancelarios y las salvaguardias especiales; otras cuestiones de acceso a los mercados relacionadas con determinadas preocupaciones no comerciales; y el trato especial y diferenciado en relación con la negociación de nuevos compromisos de acceso y sus normas.

Respecto a estos temas los productores han demandado información y conocimientos más profundos, en vista de que estas agendas marcan la pauta de los procesos de competencia a nivel internacional.

En el plano Regional, Nicaragua ha sido un actor importante en la formulación y aprobación de acuerdos tendientes a la incorporación de la normativa de la OMC a la legislación centroamericana. No obstante, las misiones de turnos en representación del Gobierno no ha defendido los intereses y patrimonios del país en materia productiva, y dichas posiciones no han reflejado de manera equitativa los intereses nacionales, particularmente en lo que respecta al acceso a los mercados para el sector productivo. En primer lugar las políticas restrictivas que aplican los países socios, no han sido contrarrestadas por Nicaragua con medidas compensatorias firmes y decididas.

Los productores consideran que en general deben contar con las mismas oportunidades sin ser excluidos a costa del beneficio de otros sectores. Nicaragua debe adoptar una posición firme, y demandar, la eliminación de toda clase de barreras administrativas y técnicas, subsidios y altos aranceles que dificultan el desarrollo de las exportaciones y la obtención de precios justos y remunerativos. Otros temas que Nicaragua deberá seguir insistiendo y demandando ante el OMC son los siguientes:

- Fortalecimiento de las disciplinas que regulan el comercio de productos agrícolas.
- Garantía de acceso para exportaciones de los países menos desarrollados.
- Mayor claridad y transparencia en materia de subsidios y derechos compensatorios.
- Fortalecimiento y acceso a los mecanismos de solución de diferencias y facilitación de los mismos a los países menos adelantados.
- Eliminación de políticas restrictivas basadas en barreras administrativas y técnicas, subsidios y altos aranceles.

- Apertura comercial acompañada de entrada de recursos financieros e inversiones para respaldar los programas de ajuste estructural y reconversión productiva de los países en desarrollo.
- Acuerdos para un mayor acceso de las exportaciones de los países de economías pequeñas y vulnerables.
- Profundizar el proceso de reforma y liberalización del sector agrícola de los países mas desarrollados.
- Dar contenido concreto al trato especial y diferenciado para los países en desarrollo.
- La eliminación de los subsidios, reducción de los aranceles y supresión de los contingentes arancelarios o, cuando menos, ampliación sustancial de los mismos.
- Transparencia en la administración de los contingentes arancelarios.
- Compromisos importantes en materia de servicios que propicien la liberalización progresiva y la creación de nuevas oportunidades para el desarrollo de este sector.

Asimismo, los compromisos que se adopten en las negociaciones y tratados de libre comercio deben ser congruentes con la posición del país ante la OMC. Los futuros compromisos dentro del Tratado Comercial de C.A con USA (CAFTA), deben ser convergentes con otros procesos de negociación. Las negociaciones con USA y Canadá, deben promover una mayor integración entre los países centroamericanos y, en ningún caso, vulnerar los avances alcanzados.

3.6.- Análisis de la situación del sector cafetalero antes y después del TLC.

El sector productivo, considera que en las negociaciones recientes se tuvieron que tomar en cuenta los diferentes aspectos:

- a) Ha sido una negociación basada con pocos compromisos de cooperación tanto del Gobierno de USA para C.A, como del Gobierno de Nicaragua para los sectores productivos que ostentan desventajas competitivas.

- b) Teniendo como experiencia los resultados de las negociaciones realizadas por Nicaragua durante la década y en el marco del actual desarrollo de la Integración Centroamericana, las negociaciones con USA tendrían un importante impacto para la agricultura de la Región, toda vez que el grado de intervención y de apertura de mercados que prevalecen en USA, variará en su dimensión y alcance. No se puede dejar de lado el hecho que dicho país es el principal exportador mundial de bienes agrícolas. Los resultados de estas negociaciones tendrán consecuencias variadas sobre el comercio exterior de cada país de Centroamérica, identificándose diferentes oportunidades y amenazas, tanto en términos de acceso a los mercados de USA, así como en cuanto a los desvíos potenciales de comercio en el mercado Regional.

- c) El Gobierno de Nicaragua y de cada uno de los países de la Región, han fortalecido la posición de negociar rápidamente, sin contar con una estrategia nacional y Regional que implique el fortalecimiento de la Integración y la generación de fuerzas internas para plantearse negociaciones con mayores ventajas y de protección a los sectores menos adelantados.

- d) El gobierno de Nicaragua emprendió las negociaciones sin contar con capacidad para ello, ha utilizado su fortaleza negociadora en busca de la “solidaridad” de los demás países de la región, colocando como carta de “cambio” por dicha solidaridad, al sector rural menos protegido de Nicaragua, y manteniendo la protección de una lista de bienes considerados “sensibles” que son los productos exclusivos de los monopolios y carteles de Centroamérica.

- e) Los intereses detrás de las negociaciones por parte del Gobierno de USA, no es la cooperación de un socio amigable, sino la de utilizar a nuestros países para que sirvan de “barrera” y “control” al terrorismo, al negocio de la droga, contener la migración, la protección de enfermedades transmisibles a su sector pecuario y vegetal.

- f) No se puede obviar que el Gobierno de USA pretende la formalización de un tratado comercial con la región centroamericana con marcadas dimensiones políticas, estratégicas y de seguridad que se amplían con el Acuerdo de Libre Comercio con América (ALCA). Los sucesos trágicos del 11 de septiembre en New York, alteró en gran parte la posición de USA hacia la Región y es mas clara la evidencia del fortalecimiento de los vínculos entre los elementos políticos, de seguridad y los componentes de prosperidad de la agenda de la Cumbre de las Américas.

- g) El discurso del Presidente Bush en la OEA el 16 de Enero de 2002, en donde dijo y explicó que “El futuro de este hemisferio depende de la fortaleza de tres compromisos: democracia, seguridad y desarrollo basado en el mercado. Estos compromisos son inseparables en cualquier acuerdo” que se firme con USA.

Este proceso de negociaciones emprendida por el Gobierno, no tuvo marcha atrás, movido por el impulso externo que por la razón democrática y el apego a la demanda de los sectores productivos del país. Es a través de las medidas unilaterales que el Gobierno ha llevado dicho proceso buscando en Centroamérica el apoyo Regional. La posición de Nicaragua ha sido de preservar las estructuras arancelarias negociadas anteriormente en beneficio de los sectores mejor representadas en el Gobierno, en contraposición de las amplias masas de productores rurales que dejaron de ser representados a partir de 1990 con los sucesivos gobiernos de turno.

Ante una situación de resultados imprevistos, los productores asumen que si no se garantiza que el 95% de los productos nacionales gozan de desgravación inmediata y

de acceso sin restricciones burocráticas excesivas y limitantes obstáculos no arancelarios por parte de USA, no se hubo haber firmado el TLC. Además, se debieron haber garantizado los mecanismos compensatorios apropiados y la cooperación suficiente para los amplios sectores desprotegidos y menos avanzados en competitividad.

Es necesaria la consolidación conexas de la integración económica Regional ya que implica la necesidad de perfeccionar la zona de libre comercio, la unión aduanera y los mecanismos de solución de controversias entre los países de la región. Pero, este proceso no debe basarse en la pérdida de capacidad exportadora y someter a nuestra región a una extensa región de consumo.

El proceso de negociaciones que llevará, probablemente, al Tratado de Libre Comercio entre C.A y USA, debe negociarse, en el mejor de los casos, bajo el principio de “mecanismos compensatorios básicos” por la capacidad de otorgar subsidios por parte de USA a los sectores productivos agrícolas y agroindustrial. Estos “mecanismos compensatorios” deben transformarse en requisitos técnicos, programas de apoyo financiero mientras duren dichos subsidios y permitirles a los países de Centroamérica el aumento de la capacidad exportadora, produciendo de acuerdo con los altos requerimientos de calidad de los alimentos, patrones de consumo, requeridos por normas internacionales.

Se debe sujetar la desgravación arancelaria al desmantelamiento real de las distorsiones al comercio agropecuario y de las barreras no arancelarias y en el caso de las Medidas Fito y Zoosanitarias, vincular la desgravación a la admisibilidad de los bienes en los respectivos mercados. Sería deseable que en C.A hubiera un proceso de armonización arancelaria para los productos que no tienen esta condición antes de que entre el vigor el TLC.

“Existe un compromiso del sector agrícola centroamericano de introducir en sus distintas etapas de producción manejo y proceso de sus productos, la implementación

de Sistemas de Gestión de la Calidad e Inocuidad, enfocado éste hacia las buenas prácticas agrícolas y de manufactura. En este sentido se convierten en una preocupación las medidas que contempla la recién aprobada ley contra el Bioterrorismo por USA.” (Oscar Aleman Benavides/A propósito de los TLC” pág 9)

Los aspectos laborales y ambientales en el marco del Tratado de Libre Comercio deben estar conforme a los compromisos internacionales que han suscritos las partes y a su legislación interna y, en ningún caso, deben dar base para sanciones comerciales en virtud del TLC. Ambos capítulos debieron negociarse en Títulos separados y por ningún momento establecer aspectos vinculantes con los temas de comercio, acceso y otros.

Nicaragua al igual que el resto de países de la Región ostenta una marcada asimetría de defensa comercial con respecto a USA. Los sistemas jurídicos y de procedimientos son diferentes y el sistema normativo de USA es más desarrollado y coherente y no deja poros abiertos, contrario a nuestros países cuyas legislaciones en materia comercial y defensa del mercado interno es inconsistente y vulnerable.

El sector agropecuario Nicaragüense ostenta un evidente atraso tecnológico y de desarrollo organizativo que lo coloca en una posición de desventaja a nivel regional e internacional. En efecto, los bajos índices de productividad comparativa, la organización productiva y la carencia de técnicas apropiadas, son entre otros, factores determinantes para afianzar la competitividad del sector.

“El factor desplazamiento de mano de obra en el sector rural ha sido evidente en los últimos diez años, más de 240 mil personas han emigrado hacia Costa Rica, USA y otros países en busca de mejores oportunidades de trabajo. Este suceso ha sido producto de la baja capacidad de absorción de mano de obra que está actualmente generando el sector agropecuario” (Cifras de empleo del BCN -2002)

La competencia y los bajos índices de productividad del sector son la causa de tasas elevadas de liberación de empleo. Se estima que en el sector productivo agropecuario

existe una masa potencial de mano de obra de cerca 338 mil personal que podrían optar por la migración como alternativa de mejorar su nivel de ingresos. Los rubros con mayor potencial de liberación de fuerza de trabajo para la migración son el café, el maíz, el arroz, etc. Según un análisis efectuado por este estudio, el grado de reconversión del sector agropecuario de Nicaragua es relativamente bajo, y se estima en un 25.5% del VBP, equivalentes a una masa de trabajadores técnicamente mas competitivos de 60 mil personas, lo cual es insignificante comparado con otros países de mayor desarrollo.

El sector del café es el más importante de los rubros agroindustriales de Nicaragua. Aunque el país, igual que Centroamérica en su conjunto, exporta casi la totalidad de su producción en grano oro, el proceso de transformación del grano conlleva una cadena de actividades productivas y comerciales importantes en cuanto a generación de empleo e ingresos fiscales nacionales y locales.

En el marco de las negociaciones del Tratado Comercial de C.A con USA (CAFTA-DR), y demás agendas comerciales la sección mas importante para el sector café de Nicaragua, que comparte la misma posición en conjunto con Centroamérica, es la que se refiere a la partida 0901, y sus correspondientes sub-partidas que identifican al producto café en sus diferentes presentaciones de: cereza, pergamino, oro, tostado en oro, tostado y molido, cáscara o pulpa, cascarilla y sucedáneos o sustitutos que contengan café en cualquier proporción. Para el café oro y café tostado, incluye igualmente las condiciones de "sin descafeinar" y "descafeinado". Asimismo, a la partida 2101, y sus correspondientes sub-partidas que identifican a: extractos, esencias y concentrados de café y preparaciones a base de estos extractos, esencias o concentrados, o a base de café. A esta partida 2101 pertenece el café instantáneo o soluble.

La posición del sector cafetalero a nivel Regional es la de buscar consolidar en el Tratado Comercial de C.A con USA (CAFTA), las condiciones arancelarias de libre acceso ya establecidas para las partidas 0901, 2101 y sus respectivas sub-partidas, es

decir, que se permita la importación de USA sin ningún tipo de arancel. Asimismo, aquellas sub-partidas que no gozan de ese régimen por ser productos que contienen azúcar idealmente deberán también gozar del mismo tratamiento preferencial de acceso.

A nivel de Centroamérica el Arancel Externo Común es del 15% para el ingreso de café en sus diferentes formas de: pergamino, oro, tostado en grano, y tostado y molido, por que el sector plantea una única posición de desgravación a 15 años. Una desgravación inmediata o a corto plazo afectaría la industria de café tostado.

Con respecto a los extractos, esencias y concentrados de café. El sector plantea mantener el libre acceso para las exportaciones centroamericanas de los extractos, esencias y concentrados de café a USA, agregando la apertura inmediata para otros extractos y preparaciones consistentes en mezclas para siropes, y preparaciones conteniendo azúcar en porcentajes variables de peso seco.

La política del Gobierno ha sido sumisa a los requerimientos y modalidades de cooperación y financiamiento de los organismos multilaterales, bilaterales y donantes. Dichos organismos intentan introducir en un solo saco todos los componentes para reanimar el desarrollo rural, sin embargo, los problemas del desarrollo rural son complejos y requieren de un consensuado proceso de negociación, financiamiento y legal. No puede existir jamás un proceso de reconversión productiva y exportador del país, sino se filtra primero, por brindar soluciones al problema del desarrollo rural del país.

En la negociación y aprobación del Tratado de Libre Comercio con USA, (CAFTA-DR), se ha logrado analizar mediante cuadro comparativo (ver anexo 2), del tratamiento que se le daba al sector cafetalero Nicaragüense, específicamente a las cooperativas, antes y después del CAFTA, que los productos que se comercializaban no han tenido ninguna restricción en cuanto al acceso de los mercados internacionales.

CONCLUSIONES

Con la investigación realizada se ha logrado obtener la información necesaria para analizar la situación que ha presentado el sector cafetalero nicaragüense, en sus diferentes etapas, las que han incidido en el desarrollo del mismo.

La documentación de la cual se hizo uso, proporcionó datos que lograron presentar la situación en que se encontró el sector cafetalero en tiempos de prosperidad y en tiempos de crisis y como han desarrollado diferentes estrategias para enfrentar los problemas surgidos a raíz de todas estas situaciones y producir el rubro con más calidad y por ende ser competitivo a nivel internacional.

En la negociación y aprobación del Tratado de Libre Comercio con USA, (CAFTA-DR), se ha logrado analizar el tratamiento que se le daba al sector cafetalero Nicaragüense, específicamente a las cooperativas, antes y después del CAFTA, que los productos que se comercializaban no han tenido ninguna restricción en cuanto al acceso de los mercados internacionales, Como se puede ver el sector café no estaría enfrentando un problema de acceso a mercados para el tipo de producto que comercializan en la actualidad, pero debe valorarse las condiciones que el rubro café va a competir en éstos mercados, ya que las condiciones planteadas no son las mismas para los productores nacionales que para los productores protegidos o subsidiados por el gobierno de los Estados Unidos.

Se puede afirmar que el sector cafetalero como uno de los dos rubros más importante en Nicaragua, ha enfrentado una serie de cambios tanto en la producción como en la comercialización del rubro, y que el comercio internacional es más exigente actualmente producto de la globalización, específicamente los Tratados de Libre Comercio.

CONCLUSION

Con la investigación realizada se ha logrado obtener la información necesaria para analizar la situación que ha presentado el sector cafetalero nicaragüense, en sus diferentes etapas, las que han incidido en el desarrollo del mismo.

La documentación de la cual se hizo uso, proporcionó datos que lograron presentar la situación en que se encontró el sector cafetalero en tiempos de prosperidad y en tiempos de crisis y como han desarrollado diferentes estrategias para enfrentar los problemas surgidos a raíz de todas estas situaciones y producir el rubro con más calidad y por ende ser competitivo a nivel internacional.

En la negociación y aprobación del Tratado de Libre Comercio con USA, (CAFTA-DR), se ha logrado analizar el tratamiento que se le daba al sector cafetalero Nicaragüense, específicamente a las cooperativas, antes y después del CAFTA, que los productos que se comercializaban no han tenido ninguna restricción en cuanto al acceso de los mercados internacionales, Como se puede ver el sector café no estaría enfrentando un problema de acceso a mercados para el tipo de producto que comercializan en la actualidad, pero debe valorarse las condiciones que el rubro café va a competir en éstos mercados, ya que las condiciones planteadas no son las mismas para los productores nacionales que para los productores protegidos o subsidiados por el gobierno de los Estados Unidos.

Se puede afirmar que el sector cafetalero como uno de los dos rubros más importante en Nicaragua, ha enfrentado una serie de cambios tanto en la producción como en la comercialización del rubro, y que el comercio internacional es más exigente actualmente producto de la globalización, específicamente los Tratados de Libre Comercio.

BIBLIOGRAFIA

- 1) Avecedo Volg, Adolfo José - Impactos potenciales del tratado de Libre Comercio Centroamérica Estados Unidos en el sector agrícola y la pobreza rural de Nicaragua, Nicaragua Edisa.
- 2) Cifras de Empleo BCN/2002.
- 3) Compes, Tratados de Libre Comercio Significado de cafta para Nicaragua. 2004.
- 4) Consultoria Integral para el Desarrollo Económico Producto (CIDEP), Marzo de 1997.
- 5) Gómez Enlizabeth, BID/MIFIC - Ficha Producto El Café, Managua-Nicaragua 2004.
- 6) <http://www.ensayos/192003/crisicafetalera/efecto/pdf>
- 7) <http://www.envio.org.ni/articulo/1096/pdf>
- 8) <http://www.scaa.org/pdf/2002>
- 9) Jorge Canad –Nicaragua- Integración y Libre Comercio en Centro América.
- 10) Kühl Aráuz Eddy- Nicaragua y su café 1ra Edición – Managua Hispamer 2004.
- 11) López Julian Ovidio, Origen e Historia del Mercado.
- 12) Moreno Raúl- El Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos y Centro América-Impactos Economía y sociales.
- 13) Ovidio López Julian- Origen e Historia del mercado alternativo- México 2002.

ANEXO 1

Figura No. 1



Anexo 2

CUADRO COMPARATIVO DE TRATAMIENTO DEL CAFÉ EN CAFTA

Código arancelario	Producto	Tratamiento antes del CAFTA	Tratamiento en CAFTA
09011100	Café, no tostado, no descafeinado	Libre acceso	Libre acceso
09011200	Café, no tostado, descafeinado	Libre acceso	Libre acceso
09012100	Café, tostado, no descafeinado	Libre acceso	Libre acceso
09012200	Café, tostado, descafeinado	Libre acceso	Libre acceso
09019010	Cascara del café	Libre acceso	Libre acceso
09019020	Sustitutos del café, que contienen algo de café	1.5 centavos/kg	Libre acceso
21011121	Café instantaneo, sin sabores adicionales	Libre acceso	Libre acceso
21011129	Extractos, esencias y concentrados de café que no sean café instantaneo sin sabores	Libre acceso	Libre acceso
21011232	Preparaciones a base de extractos, esencias o concentrados o con una base de café	10%	Libre acceso
21011234	Sirope mezclado con una base de esencia o concentrado de café	10%	Libre acceso
21011238	Idem pero fuera de la cuota	30.5 centavos/kg + 8.5%	Mantiene el arancel
21011244	Preparacion que contenga mas del 65% de azucar con extractos, esencia o concentrado de café (dentro de la cuota)	10%	Libre acceso
21011248	Idem, pero fuera de la cuota	30.5 centavos/kg + 8.5%	Mantiene el arancel
21011254	Preparacion que contenga mas del 10% de azucar con extractos, esencia o concentrado de café (dentro de la cuota)	10%	Libre acceso
21011258	Idem, pero fuera de la cuota	30.5 centavos/kg + 8.5%	Mantiene el arancel
21011290	Preparaciones (nesoi?) con una base de café	8.50%	Libre acceso
21013000	Mezclas tostadas con sustitutivos del café	2.1 centavos/kg	Libre acceso

Como se puede ver en el caso del CAFTA los el sector café no estaría enfrentando un problema de acceso a mercados para el tipo de producto que comercializan en la actualidad las cooperativas.