

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA, MANAGUA**  
**RECINTO UNIVERSITARIO CARLOS FONSECA AMADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**  
**(UNAN-MANAGUA)**



**SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADO**  
**EN ECONOMÍA**

**Tema:**

**COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA**

**Subtema:**

**EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE**  
**NICARAGUA (2010-2014)**

**Tutor:**

**MSC. ORLANDO ANTONIO ZELAYA MARTÍNEZ**

**Elaborado por:**

- 1. Br. Neftalí Ernesto Bent Jaime**
- 2. Br. Alberto Enrique Tucker Pravia**

**Managua, Nicaragua, 15 de Febrero 2017**



## DEDICATORIAS

Primeramente le dedico esta monografía a Dios porque me permitió llegar a recibirme, me dio las fuerzas cuando muchas veces no las tenía.

A mi madre Petrona del Carmen Jaime Gonzales, se la dedico por su esfuerzo, apoyo, amor y paciencia. Por comprenderme en el transcurso de la investigación, por aconsejarme y darme alegría, por motivarme a salir adelante, por esto y muchas cosas buenas le dedico a mi madre este esfuerzo.

A mi padre Alfredo Ernesto Bent por apoyar a mi madre y proveerle para mis estudios, a mi hermana Jessenia del Carmen Cano Jaime y a mi Cuñado Fernando Rueda, les dedico esta monografía, porque siempre me brindaron su apoyo incondicional en todo momento, y fueron los que me ayudaron estos cinco años en su casa de habitación y por último pero no menos a mi esposa Jennifer Ruiz por estar con migo brindándome su amor y comprensión.

**Br. Neftali Ernesto Bent Jaime**

Quiero dedicar primeramente a mis padres Xiomara Guadalupe Pravia y Alberto Enrique Tucker Saballos por el apoyo, esfuerzo, dedicación y fe en este proceso de inicio a fin para lograr culminar mis estudios y carrera.

Además, quiero dedicar de manera muy especial a mis dos abuelas María Elsa Pravia y Marta Inocente Silva que a pesar de no estar ya en este mundo terrenal forman parte esencial de lo que soy hoy como persona y profesional; a ellas le dedico con felicidad y orgullo este gran logro alcanzado en mi vida.

**Br. Alberto Enrique Tucker Pravia**



## AGRADECIMIENTOS

Primeramente quisiera agradecer a Dios por haberme dado la fuerza, la voluntad, el entusiasmo, el tiempo y la oportunidad de elaborar esta investigación Monográfica, que me sirvió de práctica incondicional para el desarrollo y aplicación de los conocimientos adquiridos.

Quisiera agradecer eternamente a mis padres, quienes me apoyaron con su entusiasmo y mutuos consejos para esforzarme en mis estudios, a ambos debo sus más acogedores consejos que me alentaron a seguir investigando, y poder culminar el presente trabajo.

A mis amigos y compañero de clase por haberme dado el apoyo necesario e incondicional, a la hora de la toma de decisiones. A todos los docentes que me permitieron y que me brindaron parte de sus conocimientos.

Y por último, pero no menos importante a mi tutor, el Msc. Orlando Zelaya, quien me brindó sus más preciados conocimientos y ayuda incondicional durante todo el transcurso de revisión y desarrollo del tema, razón por el cual doy por terminado este documento.

**Br. Neftali Ernesto Bent Jaime**

Quiero agradecer inmensamente a mis padres por la preocupación, cariño y sustento en todo este tiempo para llevar a cabo con éxito la finalización de mis estudios universitarios y el lograr graduarme prontamente como licenciado de la carrera de economía.

También quiero agradecer a todos mis profesores de la carrera de economía ya que de cada uno, aunque sea un poco otorgaron sus conocimientos, ideas y opiniones para mi formación personal, educativa y ética que hacen de mi hoy una mejor persona para la sociedad y el mundo.

Y un agradecimiento en especial al Msc. Orlando Zelaya por ser un guía excepcional y con infinita paciencia en este largo proceso de creación y desarrollo de nuestro informe.

**Br. Alberto Enrique Tucker Pravia**



# Titulo

Comercio Exterior de Nicaragua  
**Evolución de las Exportaciones e Importaciones  
2010-2014**



## RESUMEN

La producción y el consumo, son dos elementos primordiales y excepcionales para el desarrollo económico y social de una nación. Y la Globalización no deja de ser el eje fundamental que apunta al fortalecimiento de las relaciones multilaterales para la apertura de nuevos mercados internacionales.

El Comercio Exterior de Nicaragua, no solo se enfoca en el análisis de variables y datos económicos, sino que también hace referencia a experiencias pasadas en cuanto a las relaciones socio comerciales con el mundo exterior.

Su fuente de información radica en una investigación exhaustiva de datos económicos, provenientes de estadísticas, tablas, documentos, libros, Blog económicos informativos, periódicos, libros, revistas entre otros documentos, que dieron vida e hicieron posible la culminación de la obra.

Algunos instrumentos que se utilizaron fueron: entrevistas dirigidas a distinguidos profesores, directores y personas que laboran para empresas privadas y públicas. Sus comentarios sirvieran de ayuda incondicional para el fortalecimiento de la monografía.

La obra monográfica centra sus ideas en la recopilación integral y profesional de la información con puntos de interés económicos para el lector en su trayectoria catedrática. El Comercio Exterior de Nicaragua, no solo analiza las exportaciones e importaciones, sino que también el PIB, producción, consumo y comercio externo, en su interés por la búsqueda de nuevos mercados internaciones con precios favorables y atractivos para los empresarios exportadores del país.

Toda la información recopilada en la mamografía cuenta con el sumo cuidado y respecto a las fuentes editoriales y citatorias, de actores que dieron vida a la construcción e enriquecimiento de la información.



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



Nicaragua es un país de lagos y volcanes, de maravillosas tierras y una flora y fauna con un alto potencial económico para el desarrollo y fortalecimiento de las futuras inversiones, por sus diversas características socioeconómicas y ambientales, la hacen ser una nación rica en recursos naturales, actos para el desarrollo económico. La necesidad de crecer económicamente es fundamental para la economía nicaragüense.

Pero no crecer por crecer. Crecer significativamente en todos los aspectos es el reto a seguir para las futuras generaciones. La necesidad de ser una nación próspera en medio de tantas frustraciones y ante una globalización económica cada vez más exigente, deberían ser las metas principales a desarrollar para los gobiernos actuales y venideros.

El gobierno de Nicaragua en el contexto de globalización e integración regional y tomando en cuenta las actuales tendencias políticas, ha realizado esfuerzos para lograr la inserción de Nicaragua en los mercados internacionales, a fin de dinamizar el desarrollo socioeconómico del país a corto y mediano plazo.

El comercio exterior de Nicaragua, está basado en el avance y desarrollo de las políticas económicas de mercado, tanto en el ámbito nacional como internacional. Enriquecido con una amplia gama de temas relacionados como los tratados de libre comercio, las exportaciones e importaciones.

Las políticas económicas están dirigidas al sector externo y a la vez están ligadas a contribuir al desarrollo integral y al fortalecimiento de la cooperación externa, para el correcto funcionamiento económico y social del país, según el Plan Nacional de Desarrollo Humano PNDH (2012-2016).

El sector externo, es el conjunto de actividades y estrategias que realizan los estados en el ámbito internacional para poder mantener un adecuado intercambio productivo, comercial, financiero y económico, que asegure el desarrollo de los pueblos. Este intercambio integra los diferentes sistemas de producción y consumo que se dan dentro del marco de la economía mundial.

Una economía tan reducida como la de Nicaragua, no debe centrar sus exportaciones en un solo mercado, debe de expandir sus fronteras en busca de nuevas oportunidades de mercados y retos, y con productos no tradicionales y tradicionales, que cumplan los requisitos internacionales de seguridad e higiene fitosanitaria.

**El primer capítulo:** está enfocado en el aspecto teórico metodológico, en el que se desarrolla el planteamiento del problema, y que a la vez centra su objetivo en la formulación, definición y delimitación del mismo, por otro lado se enfoca en la justificación e importancia de la investigación, los objetivos generales y específicos, el marco teórico conceptual, la formulación de la hipótesis, las variables de la investigación, y por último los aspectos metodológicos de la investigación.

**El segundo capítulo:** centra su objetivo en la caracterización del entorno comercial internacional de Nicaragua, como base al desarrollo central de la obra, en él se logra destacar las causas del comercio internacional, su origen, ventajas y desventajas, así como el funcionamiento de la política comercial externa de Nicaragua, y por último las barreras del comercio internacional arancelarias y no arancelarias.

**El tercer capítulo:** se enmarca en el comportamiento de las exportaciones de Nicaragua en el periodo 2010-2014. Hace un estudio sobre la promoción de las exportaciones como eje para el desarrollo, estudia las políticas coherentes de exportación, enfoca a los principales mercados de importación, hace un análisis estadístico sobre el comercio exterior, también estudia las exportaciones por sector económico, por aduanas y por Zonas Francas.

**El cuarto capítulo:** estudia y analiza las importaciones CIF de Nicaragua, en él se analizan las principales mercancías de bienes y consumo, bienes duraderos, no duraderos, petróleo, combustibles y lubricantes, bienes intermedios, bienes de capital, bienes diversos y por último pero no menos hace un análisis general de las importaciones en el periodo 2010-2014

**El quinto capítulo:** describe el enfoque general de los tratados de libre comercio (TLC)<sup>1</sup>, al igual que los tratados que se abordan, hace referencia a los acuerdos internacionales, los tratados de libre comercio, procesos de negociación, Unión Aduanera e Integración Centroamericana.

---

<sup>1</sup> **TLC:** Santiago Zorrilla Arena y José Silvestre Méndez, *diccionario de economía, tratado de Libre comercio (México, Noriega Editores, LIMUSA, 1997), pág. 231-232.*



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



En síntesis el presente documento de investigación abarca cinco capítulos, y hace relación sobre la economía del mercado nicaragüense y sus mercados internacionales, así como su impacto en la economía nicaragüense, y que a la vez obtendría el aumento de las exportaciones. Por otro lado demuestra la importancia que tienen las relaciones comerciales para el país, para seguir contribuyendo al desarrollo económico.





## INDICE DE CONTENIDO

	<b>Páginas</b>
<b>Preentación.....</b>	<b>0</b>
<b>Dedicatorias.....</b>	<b>I</b>
<b>Agradecimientos.....</b>	<b>II</b>
<b>Título.....</b>	<b>III</b>
<b>Resumen.....</b>	<b>IV</b>
<b>Índice de contenido.....</b>	<b>VIII</b>
<b>Índice de tablas.....</b>	<b>XII</b>
<b>Índice de gráficas.....</b>	<b>XIV</b>
<b>Índice de ilustraciones.....</b>	<b>XV</b>
<b>I Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo I: aspectos teóricos metodológicos.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Planteamiento del problema.....</b>	<b>1</b>
1.1.1 Formulación del problema.....	1
1.1.2 Definición del problema.....	2
1.1.3 Delimitación del problema.....	2
<b>1.2 Justificación e importancia de la investigación.....</b>	<b>2</b>
<b>1.3 Objetivos.....</b>	<b>3</b>
1.3.1 Objetivo general.....	3
1.3.2 Objetivo específicos.....	3
<b>1.4 Marco teórico conceptual.....</b>	<b>4</b>
1.4.1 Antecedentes de la investigación.....	5
1.4.2 Base teórica científica.....	7
<b>1.5 Formulación de hipótesis.....</b>	<b>11</b>
<b>1.6 Variables en la investigación.....</b>	<b>12</b>
<b>1.7 Aspectos metodológicos.....</b>	<b>13</b>
1.7.1 Tipo de estudio y método de la investigación.....	13
1.7.2 Técnicas y procedimientos para la recopilación de información.....	14
1.7.3 Tratamiento de la información.....	14



# COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

## Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



<b>II. Desarrollo.....</b>	<b>15</b>
<b>Capítulo II: caracterización del entorno comercial internacional de</b>	
<b>II Nicaragua.....</b>	<b>15</b>
<b>2.1 Causas del comercio internacional de Nicaragua.....</b>	<b>15</b>
<b>2.2 Origen del comercio internacional.....</b>	<b>16</b>
<b>2.3 Ventajas y desventajas del comercio internacional.....</b>	<b>18</b>
<b>2.4 Barreras del comercio internacional.....</b>	<b>21</b>
2.4.1 Barreras arancelarias.....	21
2.4.2. Barreras no arancelarias.....	23
<b>Capítulo III: comportamiento de las exportaciones en el periodo 2010-</b>	
<b>2014.....</b>	<b>25</b>
<b>3.1 Promoción de las exportaciones como eje para el desarrollo.....</b>	<b>26</b>
<b>3.2 Principales mercados de exportación en los que resalta Nicaragua.....</b>	<b>27</b>
3.2.1 Relación comercial de estados unidos con Nicaragua.....	30
3.2.2. Relación comercial de Venezuela con Nicaragua.....	32
3.2.3 Relación comercial de la unión europea con Nicaragua.....	35
<b>Exportaciones FOB de Nicaragua comercializadas en los últimos cinco</b>	
<b>3.3 años por tipo de producto y mercancía.....</b>	<b>38</b>
<b>3.3.1 Principales productos exportados por volumen y valor económico...</b>	<b>40</b>
<b>3.3.1.1 Exportaciones de mercancías por volumen.....</b>	<b>40</b>
3.3.1.1.1 Exportación de carne.....	42
3.3.1.1.2 Exportación de ganado bobino.....	44
3.3.1.1.3 exportaciones de galletas y bebidas.....	46
3.3.1.1.4 Exportación de frijol.....	47
3.3.1.1.5 Exportación de queso.....	49
<b>3.3.1.2 exportaciones de mercancías por valor económico.....</b>	<b>51</b>
3.3.1.2.1 Exportaciones de café.....	53
3.3.1.2.2 Exportaciones de carne vacuna.....	56
3.3.1.2.3 Exportaciones de oro.....	58
<b>3.4 Exportaciones por sector económico.....</b>	<b>61</b>
3.4.1 Exportaciones del sector manufacturero.....	62
3.4.2 Exportaciones del sector agropecuario.....	64
3.4.3 Exportaciones del sector minero.....	66
3.4.4 Exportaciones del sector pesquero.....	68

<b>3.5 Exportaciones por aduanas.....</b>	<b>69</b>
3.5.1 Administración de aduana peñas blancas.....	71
3.5.2 Puerto Corinto.....	73
3.5.3 Administración Aduana Managua (AEREA).....	73
<b>3.6 Exportaciones de zonas francas.....</b>	<b>73</b>
<b>Capítulo IV: análisis de las importaciones CIF de Nicaragua.....</b>	<b>76</b>
<b>Importaciones CIF registradas en el país en el periodo 2010-</b>	<b>77</b>
<b>4.1 2014.....</b>	<b>77</b>
<b>4.2 Principales mercancías.....</b>	<b>82</b>
4.2.1 Bienes duraderos.....	83
4.2.2 Importaciones de bienes no duraderos.....	85
4.2.3 Importaciones de petróleo y derivados.....	87
4.2.4 Importaciones de bienes intermedios.....	89
4.2.5 Importaciones de bienes de capital.....	91
4.2.6 Importaciones de bienes diversos.....	93
<b>4.3 Principales socios comerciales de Nicaragua.....</b>	<b>95</b>
4.3.1 Evolución de las importaciones provenientes de Estados Unidos.....	98
4.3.2 Evolución de las importaciones provenientes de México periodo 2010 – 2014.....	101
4.3.3 Evolución de las importaciones provenientes del continente asiático....	102
4.3.4 Evolución de las importaciones provenientes de América Latina y Caribe.....	105
4.3.5 Evolución de las importaciones provenientes de Europa.....	107
4.3.6 Evolución de las importaciones provenientes de Centro América.....	110
<b>Capítulo V: política comercial y enfoque general de los tratados de libre comercio.....</b>	<b>113</b>
<b>Evolución de la política comercial de Nicaragua en el periodo 2010 al</b>	<b>113</b>
<b>5.1 2014.....</b>	<b>113</b>
<b>5.1.1 Política comercial y objetivos implementados en el año 2010.....</b>	<b>113</b>
<b>5.1.2 Política comercial y objetivos implementados en el año 2011.....</b>	<b>116</b>
5.1.2.1 Asociación entre C.A y la Unión Europea.....	117
5.1.2.2 Protocolo bilateral entre Nicaragua y Chile.....	118
5.1.2.3 Integraciones y alianzas.....	118
<b>5.1.3 Política comercial y objetivos implementados en el año 2012.....</b>	<b>119</b>
5.1.3.1 Acuerdos comerciales y asociaciones.....	121



# COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

## Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



<b>5.1.4 Política comercial y objetivos implementados en el año 2013.....</b>	<b>122</b>
5.1.4.1 Tratados de libre comercio DR-CAFTA.....	122
5.1.4.2 Avance y desarrollo de las negociaciones, acuerdos comerciales de Nicaragua en el año 2013.....	123
<b>5.1.5 Política comercial y objetivos implementados en el año 2014.....</b>	<b>124</b>
5.1.5.1 Negociaciones de nuevos acuerdos comerciales.....	124
<b>Evolución de los resultados de los tratados de libre comercio firmados por Nicaragua en el periodo 2010 – 2014.....</b>	<b>126</b>
<b>5.2</b>	<b>126</b>
5.2.1 Importancia de los tratados de libre comercio.....	126
5.2.2 Objetivos de los TLC.....	127
5.2.3. Principios fundamentales de los TLC.....	128
<b>5.3 Acuerdos unilaterales y bilaterales.....</b>	<b>128</b>
5.3.1 Acuerdo de asociación entre Centroamérica y la Unión Europea.....	128
5.3.2 Tratado de libre comercio alba-TCP.....	130
5.3.3 Acuerdo de complementación económica entre Centroamérica y Taiwán.....	131
5.3.4 Tratado general de Integración Económica Centroamericana.....	132
5.3.5 Tratado de libre comercio entre Estados Unidos, Centroamérica y República Dominicana (DR-CAFTA).....	134
<b>III Conclusiones.....</b>	<b>136</b>
<b>IV Bibliografía.....</b>	<b>139</b>
<b>V Anexos.....</b>	<b>142</b>
<b>V.1 Glosario.....</b>	<b>142</b>
<b>V.2 Gráficas.....</b>	<b>143</b>
2.1 Anexo exportaciones acumuladas 12 meses.....	143
2.2 Anexo comercio mundial de bienes y servicios y déficit comercial.....	143
2.3 Anexo exportaciones de textiles de zona franca.....	144
2.4 Anexo exportaciones hacia principales mercados.....	144
2.5 Anexo exportaciones de zona franca.....	145
2.6 Anexo exportaciones de productos manufactureros.....	145
<b>V.3 Tablas.....</b>	<b>146</b>
3.1 Anexo exportaciones de café 2010 por país.....	146
3.2 Anexo exportaciones de café por año.....	147
3.3 Anexo exportaciones e importaciones definitivas por aduanas.....	148

## INDICE DE TABLAS

Tabla I. 1	Variables e indicadores.....	12
Tabla III. 1	Lista de los principales mercados de exportación por origen.....	29
Tabla III. 2	Principales productos que mayor demanda tuvieron en el mercado de Venezuela.....	33
Tabla III. 3	Precio de los principales productos exportados UE 2013.....	37
Tabla III. 4	Volumen de los principales productos de exportación.....	41
Tabla III. 5	Principales volúmenes de exportación por mercado y precio.....	43
Tabla III. 6	Exportaciones de carne bovina.....	44
Tabla III. 7	Exportaciones de galletas y bebidas.....	46
Tabla III. 8	Productos de exportación por valor económico.....	52
Tabla III.9	Principales productos exportados por valor económico.....	53
Tabla III.10	Exportaciones definitivas por aduanas de Nicaragua.....	70
Tabla IV.1	Importaciones CIF por uso o destino económico.....	78
Tabla IV.2	Importaciones CIF por uso o destino económico (porcentaje).....	81
Tabla IV.3	Importaciones CIF de bienes de consumo duraderos.....	83
Tabla IV.4	Importaciones CIF de bienes de consumo duraderos por kilos.....	84
Tabla IV.5	Importaciones CIF de bienes de consumo no duraderos.....	85
Tabla IV.6	Importaciones CIF de bienes de consumo no duraderos por kilos..	86
Tabla IV.7	Importación CIF de petróleo, combustible y derivados.....	88
Tabla IV.8	Importación CIF de petróleo, combustible y derivados en kilos....	88
Tabla IV.9	Importación de materias primas y productos agropecuarios.....	90
Tabla IV.10	Importación CIF para el sector agropecuario, industrial y construcción.....	90
Tabla IV.11	Importación CIF de bienes de capital agropecuario, industrial y transporte.....	92
Tabla IV.12	Volúmenes de capital importados por uso o destino económico....	92



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



	Monto total importaciones CIF por socios comerciales ( <i>miles de dólares</i> ).....	93
Tabla IV.13	: monto total importaciones CIF provenientes de estados unidos	
Tabla IV.14	( <i>miles de dólares</i> ).....	99
	: monto total de importaciones CIF provenientes de México	
Tabla IV.15	( <i>miles de dólares</i> ).....	101
	Monto total importaciones CIF provenientes de Asia ( <i>miles de dólares</i> ).....	
Tabla IV.16	( <i>miles de dólares</i> ).....	104
	Monto total importaciones CIF provenientes de américa latina y caribe ( <i>miles de dólares</i> ).....	
Tabla IV.17	( <i>miles de dólares</i> ).....	106
	Monto total importaciones CIF provenientes de Europa ( <i>miles de dólares</i> ).....	
Tabla IV.18	( <i>miles de dólares</i> ).....	109
	Monto total importaciones CIF provenientes de centro américa	
Tabla IV.19	( <i>miles de dólares</i> ).....	111
Tabla V.3.1	Anexos exportaciones de café 2010 por país.....	146
Tabla V.3.2	Anexos exportaciones de café por año.....	147
Tabla V.3.3	Anexos exportaciones e importaciones definitivas por aduanas....	148

## INDICE DE GRÁFICAS

Gráfico III. 1	Más de un siglo de exportaciones.....	25
Gráfico III. 2	Principales mercados de exportación que sobresalen en el 2014...	32
Gráfico III. 3	Exportaciones FOB por año.....	38
Gráfico III. 4	Exportaciones de carne bovina en kilos por año.....	45
Gráfico III. 5	Exportaciones de frijol por volumen.....	47
Gráfica III. 6	Exportaciones de queso.....	50
Gráfico III.7	Exportaciones de café a Estados Unidos.....	55
Gráfico III. 8	Exportación de oro en Nicaragua.....	59
Gráfico III. 9	Exportaciones por sector económico.....	61
Gráfico III. 10	Exportaciones por aduanas de Nicaragua.....	71
Gráfico III. 11	Transacción comercial por año de aduana peñas blancas.....	72
Gráfico IV. 1	Importaciones CIF por uso o destino económico.....	77
Gráfico IV. 2	Valor total de bienes importados por kilo.....	81
Gráfico IV. 3	Imputación de bienes de consumo duraderos.....	83
Gráfico IV. 4	Importaciones CIF de bienes de consumo no duraderos.....	85
Gráfico IV. 5	Importación del petróleo y sus derivados.....	87
Gráfico IV. 6	Importación de bienes intermedios.....	89
Gráfico IV. 7	Importación de bienes de capital.....	91
Gráfico IV. 8	Importación de bienes diversos.....	93
Gráfica: IV.9	Importación de bienes diversos en kilos.....	94
Gráfica IV.10:	Principales socios comerciales.....	97
Gráfica IV.11	Monto de importaciones de estados unidos por tipo de bien.....	98
Gráfica IV.12	Valor de las importaciones procedentes de México por tipo de bien.....	101
Gráfica IV.13:	Valor importaciones desde el continente asiático por tipo de bien.....	103
Gráfica IV.14	Valor importaciones desde América Latina y Caribe por tipo de bien.....	105
Gráfica IV.15	Valor importaciones provenientes de Venezuela.....	107
Gráfica IV.16	Valor importaciones provenientes de Europa.....	108
Gráfica IV.17	Valor importaciones provenientes de Centro América.....	110
Gráfico V.1	Balance comercial entre Nicaragua y la Unión Europea.....	129
Gráfico V.2	Balance comercial entre Nicaragua y América Latina.....	130
Gráfico V.3	Balance comercial entre Nicaragua y continente asiático.....	131
Gráfico V.4	Balance comercial entre Nicaragua y Centro América.....	133



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



Gráfico V.5	Balance comercial entre Nicaragua y estados unidos.....	135
Gráfico V.2.1	Anexo exportaciones acumuladas 12 meses.....	142
	Anexo comercio mundial de bienes y servicios y déficit comercial.....	142
Gráfico V.2.2		142
Gráfico V.2.3	Anexo exportaciones de textiles de zona franca.....	143
Gráfico V.2.4	Anexo exportaciones hacia principales mercados.....	143
Gráfico V.2.5	Anexo exportaciones de zona franca.....	145
Gráfico V.2.6	Anexo a productos manufactureros.....	145

### INDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración V-1	Objetivos y políticas comerciales.....	116
Ilustración V-2	Objetivos y política comercial.....	120
Ilustración V-3	Algunas para desarrollar el mercado agroexportador.....	122





## I. INTRODUCCIÓN

### CAPÍTULO I: ASPECTOS TEÓRICO METODOLÓGICOS

Está enfocado en el desarrollo de los aspectos teóricos y metodológicos de la investigación. Se analiza el planteamiento del problema, sobre todo su formulación, definición y delimitación, así como también abarca lo que es la justificación e importancia de la investigación, sin dejar atrás los objetivos, tanto general como específico. Plantea el marco teórico conceptual, al igual que la formulación de la hipótesis, variables e indicadores y por último los aspectos metodológicos.

#### 1.1 Planteamiento del problema

*¿Cómo lograría Nicaragua desarrollarse en el mercado internacional?*

Para que Nicaragua pueda desarrollarse por completo y tener un mercado amplio a nivel internacional debe de mejorar sus políticas de comercio, como por ejemplo la reducción de aranceles aduaneros, el fortalecimiento de la competitividad de sus productos por medio de la inversión en infraestructura, tecnología y educación. Pero antes que nada debe de promocionar sus exportaciones, en las que debe de establecer la diversificación de sus productos, la implementación de costos bajos para los exportadores, la coordinación de las marcas y el desarrollo de la política comercial.

#### 1.2 Formulación del problema

El comercio exterior de Nicaragua es cada vez más reducido y exigente por tal razón se ve la necesidad de desarrollar un estudio capaz de revelar datos estadísticos y financieros de la situación económica actual del país, para medir la influencia de las exportaciones y de las importaciones en la economía del país.

Así como también, demostrar la evolución de las actividades comerciales de Nicaragua en el periodo 2010 – 2014 los avances en materia de política comercial, relaciones comerciales, diversificación de productos, apertura de mercados, incursión en nuevos mercados y resultados de las distintas actividades comerciales del país.

### **1.1.2 Definición del problema**

Este es un problema económico, logístico y financiero que se origina de la falta de interés del sector privado y financiero del país. Por el lado del sector privado está la falta de capacitación a los pequeños y medianos productores en el fortalecimiento al control y eliminación de plagas, a la diversificación en la producción y por el lado del sector financiero en la escasez del crédito agropecuario que garantice la producción nacional.

### **1.1.3 Delimitación del problema**

¿Cómo ha evolucionado el comercio exterior de Nicaragua gracias al efecto de las políticas comerciales implementadas por el Estado para alcanzar los objetivos en materia de desarrollo comercial, apertura comercial, integración, destino de las exportaciones y origen de las importaciones de la economía nicaragüense establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo Humano en el periodo 2010 - 2014?

## **1.2 Justificación e importancia de la investigación**

El estudio del comercio exterior de Nicaragua es amplio e importante, sobre todo porque es de este que se sustenta la economía nicaragüense. El país mantiene importantes relaciones bilaterales y multilaterales con países que poseen un alto grado económico y una estabilidad financiera favorable.

Nicaragua busca proporcionar datos nacionales e internacionales de los principales productos de exportación y sus beneficios, así como sus precios internacionales y su competencia internacional. Busca crear un ambiente de análisis para la toma de decisión con información actualizada de cifras económicas relevantes, para el real aprovechamiento de aquellos productos que no están siendo aprovechados, y que son de alta demanda internacional.

Con tantos mercados internacionales que poseen medidas económicas exigentes y de competitividad, quieren que el país centre esfuerzos por mejorar la calidad en su producción, la profesionalización de la mano de obra, así como la capacitación constante de este, para poder ejercer sus funciones al máximo. La evolución de las exportaciones e importaciones sirve como base esencial para conocer la situación económica internacional y el impacto que este pudiera tener en la economía como motor principal. Analiza los diversos Tratados de Libre Comercio que Nicaragua ha firmado con diversos países del mundo, así como CAFTA-DR, TLC-Canadá, TLC-UE, Unión Aduanera Centroamericana, entre otros.



## 1.3 Objetivos

### 1.3.1 Objetivo general

Analizar la evolución de las exportaciones y las importaciones de Nicaragua periodo 2010 – 2014, mediante el análisis de la información estadística comercial registrada en el periodo, para reflejar la efectividad de las políticas comerciales del país.

### 1.3.2 Objetivos específicos

- Definir qué aspectos teóricos metodológicos se encuentran en la investigación.
- Caracterizar cómo se ha presentado el entorno comercial internacional, identificando las causas, ventajas, desventajas y barreras que se presentan en el comercio exterior de Nicaragua.
- Definir como se ha presentado el comportamiento de las exportaciones de Nicaragua y sus principales mercados de comercialización, con el fin de medir el grado económico, mediante el análisis de datos estadísticos proporcionados por las distintas instituciones tanto públicas y privadas del estado.
- Determinar qué clase de comportamiento económico presentan las importaciones de Nicaragua en el periodo 2010-2014, y los diferentes bienes de importación.
- Identificar cuáles son las directrices de la política comercial de Nicaragua y el enfoque general de los tratados de libre comercio en el periodo 2010-2014.

## 1.4 Marco teórico conceptual

Tomando como referencia la metodología utilizada por Bernal, el marco general que guía este estudio: se fundamenta en el marco teórico y conceptual, el cual orienta y a la vez sirve de base para el análisis de los resultados del tema en investigación

Según Roberto Garita (2006), en su estudio sobre el comercio exterior: *“El desarrollo del comercio internacional hace que los países prosperen, al aprovechar los activos que producen mejor, para luego intercambiarlos con otros países, que a su vez ellos producen mejor, de eso se trata la actividad comercial. Ningún país puede cerrar totalmente sus fronteras económicas, debido a que pueda producir por sí solo todos los bienes y servicios que requieren las demandas sociales”*.

En las relaciones comerciales ningún país es capaz de auto sostenerse eficientemente, todos necesitan de todos. Imagínense que una determinada persona desea comprar un automóvil Toyota para movilizarse de su casa a su trabajo, lo compra en Casa Pellas, del cual este se importó de California, Estados Unidos, pero para que este, se encuentre en manos del cliente tuvo que haber pasado por un proceso de planificación, producción, distribución, para luego ser utilizada en manos de sus consumidores o compradores.

Por ejemplo, su planificación de producción empezó en Corea del Sur, tuvieron que necesitar expertos en materia técnica, científica y profesional de países como China, Estado Unidos, entre otros, para poder hacer posible la elaboración, al igual que la búsqueda de la materia prima para su elaboración, se extrajo de diferentes países como Inglaterra, Estados Unidos, China, etc. Hasta que nuevamente se exporta a Nicaragua. Dicho producto se vende en muchos países, pero para que esto se haya hecho posible tuvieron que intervenir muchas naciones y personas para hacer posible su elaboración.

A través de los tiempos, se ha intentado mejorar las relaciones socio comerciales con renombradas naciones internacionales como China-Taiwán, Estados Unidos, España, Venezuela, entre otros países que siempre han colaborado con Nicaragua en temas de materia política, social y económica. Para facilitar su fácil acceso a la exportaciones e importaciones el BID, ha establecido y seleccionado a aquellas instituciones que facilitan los trámites de las mismas como: CETREX, APEN, CADIN, CEI, EUROCENTRO, INPYME, LABAL, MIFIC.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Banco Interamericano de Desarrollo (BID). 2010. Distrito de Columbia, Estados Unidos: Instituciones de apoyo a las exportaciones en Centro América y Panamá, sector de integración y comercio. Octubre 2010, pág. 8.

Regner Castillo Zalazar (2013). Establece la esencia en el intercambio de bienes, servicios y conocimientos entre las naciones que integran el planeta. El comercio internacional es una fuerza que apunta al desarrollo económico, y promueve el bienestar de las naciones y de su población los bienes que se tranzan están constituidos por bienes terminados, intermedios, que sirven para elaborar otros productos y materias primas.

Por un lado, Santiago Zorrilla y José Silvestre Méndez, (1997). “El comercio exterior es aquel que se realiza dentro de un país y consiste en la compra y venta de bienes y servicios que realizan productores, y consumidores en el mercado interno. Representa una rama económica del sector servicios que contribuye a la formación del producto interno bruto del país”.<sup>2</sup>

#### 1.4.1 Antecedentes de la investigación

La investigación está basada en estudios realizados sobre el comercio exterior, con información relevante y audaz, de carácter nacional e internacional, entre ellos están los siguientes antecedentes de estudio.

**a) Comercio internacional-diferentes teorías**, Raquel González Blanco (2011). Este artículo tiene como objetivo exponer la evolución de las principales teorías económicas del comercio internacional, centradas principalmente en explicar las causas y beneficios del comercio. Por otro lado, tiene como objetivo efectuar una revisión sintética de las principales teorías, también expone la ventaja comparativa, análisis de la economía de escala, productos diferenciados y estudia las empresas heterogéneas.

Síntesis de la situación problemática planteada: la autora muestra su preocupación por las diferentes escuelas económicas que entrelazan el concepto de comercio internacional, y muestra su interés en descubrir cuáles son las causas del comercio, es decir porque los países comercian y sus efectos tanto en la producción como en el consumo.

La metodología utilizada para el desarrollo del trabajo, se basa en el método deductivo, en la que la autora toma conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. Este método inicia con el análisis las leyes, postulados y teorías, creadas por los diferentes autores como David Ricardo, Adam Smith, entre otros.

Los resultados y conclusiones del artículo están basados en las diferentes teorías expuestas por los economistas de la época, en ella exponen que estas son complementarios para las

---

<sup>2</sup> Zorrilla Arena, Santiago y José Silvestre Méndez, diccionario de economía, segunda edición, 1997. México. Comercio exterior. P.33

investigaciones actuales y venideras sobre el comercio, dado que las relaciones comerciales internacionales son muy complejas y no pueden ser explicadas por una sola causa.

**b) Comercio exterior,** Román Alfonso J. Ballesteros (2001). El autor en libro afirma que: *“Es difícil acertar con un concepto tan amplio del comercio exterior, que permita abarcar las diferentes facetas del mismo, por tratarse de una actividad extraordinariamente amplia y dinámica. Pero, podemos partir de un concepto básico, y desde él aplicar las distintas matizaciones. Este concepto básico sería:*

*El comercio exterior es aquella actividad económica basada en los intercambios de bienes, capitales y servicios que lleva a cabo un determinado país con el resto del mundo, regulado por normas internacionales o acuerdos bilaterales”*<sup>3</sup> Alfonso J. Ballesteros Román (2001). El objetivo principal del libro era revelar los deseos de aquellas naciones mercantilistas por su interés de zarpar hacia nuevos mercados en oriente medio, hasta convertirse en monopolios, una de sus principales características era abolir las restricciones y crear monopolios medievales y de esta manera involucrarse en el mercado europeo, en países como España, Francia, Inglaterra, Holanda y Portugal, entre otros.

Como objetivo principal estaba dedicado a internacionalizar las exportaciones a los mercados que se pudiera vender el producto, y de esta manera potenciar el comercio exterior. No obstante Alfonso insiste en incentivar el mercado internacional por medio de un plan de marketing internacional.

Como parte de la situación problemática planteada estaba basado en crear estados nacionales poderosos que pudieran cumplir económica y militarmente con España y Portugal. Esta característica solamente se pudo llevar a cabo por medio del control y poder que el reinado de Carlos IV a mediados del siglo XVII.

La metodología utilizada para el desarrollo del trabajo está basada en el método inductivo, en la que utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones generales.

**C). Comercio exterior,** José Luís Jerez Riesco (septiembre 2011), cuarta edición, revisada y actualizada. Esta obra del comercio exterior está enfocada y desarrollada con información eficaz, veraz y objetiva del mercado español en los últimos años.

---

<sup>3</sup> Alfonso J. Ballesteros Román, Comercio Exterior Teoría y Práctica, 2da edición 2005, España (Murcia: Servicio de Publicaciones, Universidad, 1998), pág.11.



Los objetivos de la investigación están enfocados en diversos objetivos didácticos entre los que se encuentran: permitir que los futuros profesionales den forma directa o tangencial a la obra para que su comercialización sea de mucha importancia a la sociedad, otro objetivo de mucha importancia es vincular todas las transferencias comerciales que están ligadas a los terceros mercados internacionales, y por otro lado recocer los grandes temas que estructuran los conocimientos básicos en este campo la economía.

Como síntesis de la situación problemática planteada se encuentra el desarrollo acelerado de los mercados competitivos y la intensificación del mismo exige una formación coherente. Por otro lado, se exige una amplia gama de conocimientos para poder operar con éxito los circuitos internacionales de comercio. El comercio exterior de Jerez emplea el intercambio de bienes y servicios por país como parte del desarrollo integral de las naciones. En la que deduce que el comercio exterior es una ampliación del comercio interior y surge por la necesidad que tienen los países de obtener bienes y servicios que no se producen internamente.

Los resultados y conclusiones más importantes de la obra de Jerez están enfocados en el conocimiento adquirido, que sirvieron de base para la decisión y gestión empresarial dentro de la ingeniería económica macro y micro, representadas por el comercio exterior. La audiencia a los que va dirigida son todos aquellos profesionales desde una perspectiva de marketing o una posición consultora de temas económicos, jurídicos, gerenciales y financieros, que les sirva de consulta cotidiana.

La metodología utilizada para el desarrollo del trabajo, es el método deductivo, que es el que se basa a partir de situaciones generales, y que llegan a identificar explicaciones particulares, en las que el autor descubre consecuencias desconocidas, a partir de principios conocidos. En las que relaciona diversos conceptos relacionados al comercio exterior para crear su propio criterio y que a la vez se convierte en su propio concepto como parte del tema de investigación en discusión.

#### **1.4.2 Bases teórico-científicas**

Nicaragua puede ser un país potencialmente exportador, siempre y cuando invierta más en recursos económicos y financieros, estos recursos deben ir dirigidos a zonas rurales del país. Esta inversión debe de estar enfocada en tecnología, capacitación a la mano de obra, y en la diversificación de la producción.

Desde que sale la materia prima de un determinado lugar, ya sea del campo o la ciudad, posee un alto grado de coste, para lo cual este adquiere un mejor valor económico y un mayor valor





## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



agregado<sup>4</sup>, este debe de ir acompañado al producto como fuente principal de atracción y competitividad en los mercados internacionales.

La idea del Comercio exterior de Nicaragua, surge de la necesidad de informar e investigar el desarrollo económico que ha tenido el mercado nicaragüense en los últimos años, no cabe duda que se enfrenta con socios comerciales altamente competitivos y cada vez más exigentes con sus principales productos de consumo.

La ampliación y la apertura de nuevos mercados internacionales, con lleva a mejorar la producción, tanto en materia de higiene y sanidad, así como de calidad, porque los Tratados de Libre Comercio (TLC), que se han firmado con el país son cada vez más estrictos.

El informe anual del MIFIC, revela que, “La negociación de un Tratado de Libre Comercio por parte de un país se justifica en que este permitirá mejorar el acceso de sus bienes y servicios en el mercado de la contraparte, y que además facilitará la generación de mecanismos para promover la atracción de inversión extranjera. En general, los TLC que Nicaragua ha negociado tienen esos objetivos. Aunque en definitiva no se puede afirmar que el crecimiento de las exportaciones nicaragüenses en la última década haya sido provocado únicamente por los acuerdos comerciales”<sup>5</sup>.

El 23 de agosto del 2014, el Nuevo Diario, resalta la importancia y el desarrollo de las exportaciones de Nicaragua con el mundo exterior, en donde explica: “*Nicaragua realizó exportaciones por encima de los US\$200 millones por mes, entre enero y junio, alcanzando al final del semestre un total de US\$1,365 millones, empujado principalmente por el aumento en las ventas de productos como la carne, el frijol, lácteos, maní y azúcar, precisó ayer el banco central de Nicaragua, BCN.*”<sup>6</sup>

El nuevo diario, notifica que uno de los granos básicos que exporta el país, es el café, que mantuvo sus niveles de exportación, y logro ventas por periodo de US\$ 250 millones, entre otros productos están: la carne bovina, que se ubicó como el segundo rubro de mayor venta en el exterior.

---

<sup>4</sup> Valor Agregado: Santiago Zorrilla Arena y José Silvestre Méndez, Diccionario de Economía, Tratado de Libre Comercio (México, Noriega Editores, LIMUSA, 1997) pág. 235-236.

<sup>5</sup> Alfonso J. Ballesteros Román, Comercio Exterior Teoría y Práctica, 2da edición 2005, España (Murcia: Servicio de Publicaciones, Universidad, 1998), pág.11.

<sup>6</sup> Alma Vidaurre Arias, Comercio mejora para Nicaragua, Managua, 2014, El Nuevo Diario, <http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/328084-comercio-exterior-mejora-nicaragua>.



El comercio exterior, ha sido una actividad fundamental para el país ecuatoriano, en la obra “El comercio exterior: una alternativa para Ecuador”, escrito por Javier Ponce Leiva, editado en el año 2005. Ponce en su escrito revela la importancia del análisis y la comprensión de las relaciones comerciales, se enfoca en brindar soluciones financieras y económicas a la diplomacia ecuatoriana para la toma de decisiones.

Una alternativa para el Ecuador, centra sus perspectivas en la importancia del comercio exterior en la economía, y hace una reflexión de Ecuador como país agroexportador: *“Históricamente Ecuador es un país agroexportador, que ha mantenido una participación desproporcionada en las exportaciones de monocultivos tropicales (cacao, banano). Ha dependido de las importaciones para la obtención de bienes industriales y de la agricultura de la serranía para atender la demanda nacional”*<sup>7</sup> Javier Ponce (2005).

Esta obra presenta las alternativas comerciales del Ecuador, así como sus evaluaciones y convenios con la organización mundial del comercio (OMC). En ella se determinan las opciones comerciales con la Unión Europea (UE). Ponce hace hincapié en las relaciones comerciales y en Tratados de Libre Comercio, como el ALCA-TLC.

La economía de Nicaragua crece, pero a ritmos desacelerados, el presidente Erwin J. Kruger de la Revista DRACMA, en la publicación de Economía y Finanzas (Agosto 2015), explica “el crecimiento global se vio estancado, lo cual hizo que la economía creciera a ritmos bajos, reflejando el PIB global en sus más bajas cifras desde el año 2013 al 2015, este creció 3.4 por ciento en el 2013, nuevamente mantuvo su ritmo de 3.4 por ciento en 2014, y las proyecciones de instituciones internacionales como el FMI, pronosticaron un 3.5 por ciento para el 2015”<sup>8</sup>

Su análisis radica en la crisis económica del (2008) detonada en el mundo financiero y la posterior gran recesión la siguió. Su objetivo radica en medir la evolución que mantuvo el país al mantenerse en un ritmo desacelerado del 1 por ciento del 2014 al 2015.

La baja de las exportaciones se mantuvo debido a la quiebra de Lehman Brothers, quien desestabilizó el sistema financiero global, que se vio involucrado en intervenir en la capitalización de los bancos extranjeros.

---

<sup>7</sup> Ponce Leiva, Javier. 2005, Ecuador: Comercio Exterior: alternativas para el Ecuador. (Ecuador, Ediciones Abya-Yala, 12 de octubre del 2005).

<sup>8</sup> Grujer, Erwin J. 2015, Nicaragua. Crecimiento global estancado: Revista DRACMA, agosto 2015, N°.01). pág.6. (12 de octubre del 2005).



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



La comisión económica para la América Latina (CEPAL), 2015 en su informe perspectivas de América Latina, se encarga de ofrecer un panorama regional, así como un análisis de temas relevantes para el desarrollo social de la región. Entre sus principales autores se encuentran: Melguizo, Ángel. Adriana Arriaza, José Ramón Perea, Juan Vásquez Zamora-Rolando Avendaño, Sebastián Nieto, y Flora Vever. Comisión económica para América Latina, 2015.

Cada edición incluye un análisis macroeconómico, así como un enfoque de influencia del contexto global, pone su enfoque en variables económicas como el PIB, en la que enfatiza el crecimiento económico de los países de la región, analiza la educación de América Latina, así como la capacidad de resolver los problemas económicos.

Según el informe América Latina está: *“continúa en una desaceleración económica iniciada en el 2010. El crecimiento económico de la región ha perdido dinamismo en comparación al crecimiento promedio de los países de la OCDE. Esta evolución se explica tanto por factores internos como por factores externos menos favorables de los últimos cinco años, caracterizado por la desaceleración de la economía de China y su impacto en la demanda y en los precios de la materia prima, además del anunciado endurecimiento en las condiciones monetarias en Estados Unidos”* (Perspectivas Económicas de América Latina 2015. pág.12).

Este informe, está enfocado en la educación, la inversión y la innovación para una América Latina más influyente y competitiva. La inversión en tecnología es fundamental para el desarrollo económico y social de la región, según la CEPAL, por medio de un estudio del banco mundial, expresa: *“Los sectores automotriz y maquinaria sufren los mayores problemas para satisfacer la demanda de competencia en América Latina. El reto de estos sectores es especialmente desafiante, en tanto que son sectores que tienden a mostrar un mayor grado de sofisticación, conectividad y complejidad, y que por tanto podrían apoyar el cambio estructural y la transformación de la región de un médelo de desarrollo intensivo en conocimiento y tecnología”*. (Ángel Melguizo y Adriana Arriaza, 2014). Pág.22.

Una alternativa para América Latina, tiene como propósito incentivar la inversión en educación, competencia e innovación, por otro lado, analiza las variables macroeconómicas de la región, así como el desplazamiento de la riqueza mundial. Opta por la innovación para el desarrollo de América Latina y el Caribe. Busca como atraer la inversión extranjera directa, para que los países involucrados opten por un crecimiento económico a largo plazo, para el desarrollo económico y social de las futuras generaciones.



## 1.5 Formulación de hipótesis

La evolución del comercio exterior nicaragüense en el periodo 2010 – 2014 es determinada por la política comercial que forma parte del Plan Nacional de Desarrollo Humano implementado por el estado de Nicaragua; el propósito de la política es conseguir la incursión de los productos en nuevos mercados internacionales, además enfatiza en la diversificación de los productos exportados, también mediante la firmas de acuerdos, tratados y procesos de integración comercial ha significado la oportunidad para los productores de ingresar al comercio internacional.

## 1.6 Variables en la investigación

El estudio parte de problema de investigación, de los objetivos y de las preguntas directrices.

Donde cada una se encuentra determinadas por las siguientes variables.

**Tabla I. 1: Variables e indicadores**

Preguntas De investigación	Variables	Definición de variables	Indicadores
¿Cuáles son las causas del comercio Internacional?	Oferta y demanda	Cantidad de bienes o servicios que pueden ser comprados o vendidos a diferentes precios por un conjunto de individuos o empresas	*El precio *Consumo *Valor agregado *Costo *Especialización en la Producción
¿En qué benefician los Tratados de Libre Comercio a Nicaragua?	Bienes Y servicios	Cualquier objetito o recurso que las personas estimen convenientes para el desarrollo de sus operaciones financieras o comerciales	*Operaciones comerciales *Operaciones financieras *Compra *Venta
¿Cuáles son los principales productos de importación?	Oferta y consumo	Es la actividad final de un bien o servicio, con la capacidad para ser ofertado al mercado internacional, ya sea por su volumen, precio o calidad	*Precio *Competitividad *Valor agregado *Consumo
¿Cuáles son los principales productos de exportación?	Demanda y consumo	Capacidad de compras de los mercados internacionales para incentivar el consumo interno	*Precio *Competitividad *Valor agregado *Competencia
¿Cuáles son los principales mercados comerciales de Nicaragua?	Compra Y venta	Necesidad de comprar y vender todo aquello que tanto oferentes como demandantes necesitan para satisfacer sus necesidades diarias	*Tipos de Productos *Calidad y Durabilidad *Competitividad *Precio
¿Resultados de la política comercial de Nicaragua?	Exportación e importación	Actividad comercial internacional, esto porque ningún país es autosuficiente de llegar a su independencia total, ambos necesitan de aquellos bienes y servicios que aunó le sobra y que al otro le hace falta y viceversa	*Tratados de Libre Comercio *Integraciones regionales *Acuerdos comerciales

Elaboración propia de Neftalí Bent y Alberto Tucker.

## 1.7 Aspectos metodológicos

Los principales aspectos metodológicos tienen como objetivo principal expandir el tema de investigación, el cual se define como “El comercio exterior de Nicaragua”. El propósito es darle al lector una idea concreta de lo que se va abordar sobre este tema.

Por otro lado, se tratará de demostrar cuál sería el impacto económico del incremento de las exportaciones y las importaciones de Nicaragua para el periodo 2010-2014. Así como conocer el entorno comercial, los TLC, de igual forma recalcar la importancia que tiene tanto las exportaciones como las importaciones en Nicaragua para este período determinado (2010-2014).

Considerando la idea de que dicho tema será un aporte a los conocimientos de los futuros profesionales, ya que es uno de los temas más primordiales en la rama de la economía. En este aspecto se comprende la planeación y organización de los procedimientos que se establecieron para desarrollar la investigación y consta de los siguientes elementos:

### 1.7.1 Tipo de estudio y método de la investigación

El tipo de estudio que se utilizó en la investigación documental, es el deductivo que permitió las aseveraciones y generalizaciones de la investigación, que sirvieron como fuente para analizar el razonamiento específico de la investigación desarrollada, así como el análisis económico de las variables.

El método de investigación utilizado en el trabajo de investigación documental es el de recopilar las compilaciones de distintos autores, tanto nacionales como extranjeros, así, como la de instituciones públicas del estado, pero a la vez se utilizó programas del paquete office como Microsoft Word para el desarrollo técnico, Microsoft Excel para el análisis estadístico y económicos de las variables, Microsoft PowerPoint para la realización de la presentación de la obra.

También se utilizó “Google”, como herramienta de búsqueda en internet, además se recurrió a guías y manuales metodológicos para el procesamiento de la información. La investigación se desarrolló a manera de índice, en las que se desatacaron cinco capítulos.

La investigación está basada en la correlación, y la pretensión es visualizar como se relacionan o se vincula las exportaciones e importaciones de Nicaragua y como se ligan directamente o no al crecimiento económico de Nicaragua en el periodo analizado ya sea

mediante las distintas variables a considerar como son la política comercial, dinamismo de las exportaciones, apertura a nuevos mercados, inversión, etc.

Todo lo mencionado anteriormente está basado al método de investigación por análisis, que permite estudiar los hechos y fenómenos con el fin de determinar su importancia y la relación que existe entre las distintas variables que implican dicho fenómeno.

### **1.7.2 Técnicas y procedimientos para la recopilación de información**

Los datos obtenidos se realizaron través de la investigación documental, lo cual permitió extraerla de la fuente tutorial de libros, revistas e informes anuales del Banco Central de Nicaragua (BCN).

Una de las técnicas de investigación que más se utilizó fue la búsqueda de temas por medio del índice, cada investigación, lectura y comparación de la información se hizo paso a paso, capítulo por capítulo hasta lograr los objetivos previstos. Otra técnica muy importante que se utilizó fue el método de la ficha bibliográfica, en las que se escribía el nombre del autor, fecha, número de página, párrafo, fuente bibliográfica del autor. Esta técnica sirvió para poder hacer uso de la información recolectada y así poder narrar y citar al autor, respetando de esta manera los derechos de escritura del autor.

Esta investigación se llevó a cabo mediante la información recolectada principalmente por información secundaria, obtenida de los datos y análisis previos realizados por alguna persona u organización, entre las fuentes de información obtenidas están:

- Bibliotecas.
- Documentos de gobierno.
- Universidades.
- Organizaciones públicas y privadas.
- Mediante la búsqueda web.

### **1.7.3 Tratamiento de la información**

Se determinó mediante los procedimientos y la relocalización de información y el análisis estadístico para la correcta codificación, tabulación (orden en la forma de presentar datos numéricos) de la información para su análisis e interpretación. Mediante el uso de gráficos circulares, barras e histogramas según amerite la situación o lo que se desea presentar en la investigación.

## II. Desarrollo.

### CAPITULO II: CARACTERIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL INTERNACIONAL

En el segundo capítulo, centra su objetivo en el entorno comercial internacional, como base para el desarrollo central de la obra, en él se logra destacar las causas del comercio internacional, su origen, ventajas, barreras arancelarias y no arancelarias.

Las exportaciones de bienes y servicios son necesarias para cada país o nación, sobre todo porque ninguno es capaz de alcanzar su independencia total. En el año 2013 China alcanzó el primer lugar como país exportador mundial, llegando a exportar US\$ 2,210 billones, seguida de la Unión Europea con US\$ 2,173 billones en el 2012 y en tercer lugar a Estados Unidos con US\$ 1,575 billones para el 2013. Encabezando los primeros tres lugares. Nicaragua ocupa el lugar # 112 en lista, con US\$ 4, 278 millones, según informe anual de (*The World Factbook de CIA*)<sup>9</sup>

En 2013 México desbancó a Arabia Saudita al ocupar la posición número 15 de los países con más envíos al extranjero, al sumar US\$ 380,000 millones dólares americanos. China encabeza la lista con el 11% del comercio mundial superando a Estados Unidos, que ostenta un 10.4%” (*Nayelis Meza Orozco, Revista Forbes*)<sup>10</sup>.

#### 2.1. Causas del comercio internacional de Nicaragua

La importancia del buen desempeño de las relaciones internacionales de Nicaragua con el resto del mundo es fundamental para el desarrollo económico, político, comercial y cultural del país. Estas relaciones trazan el curso de la economía, sobre el cual se asientan las bases de una economía de libre mercado.

---

<sup>9</sup> También conocida como la CIA World Factbook, es una publicación anual de la agencia central de inteligencia (CIA). 20 Orozco Meza, Nayelis. (2014). Los 15 países con más exportaciones a nivel mundial. Revista Forber.

<sup>10</sup> Véase en FUNIDES el Informe de crecimiento económico. Segundo semestre 2012. pág.3.





## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



El aumento constante de la globalización abre la brecha para las relaciones internacionales y da oportunidad para entablar una mejor comunicación e interdependencia entre los países desarrollados. Las naciones coinciden que no son autosuficientes para producir en su totalidad todo lo que realmente necesitan, por lo tanto, Nicaragua tiene que exportar su excedente de producción e importar aquellos productos y materias primas que al mercado nacional se le hace imposible de producir, ya sea por la falta de mano de obra calificada o por la falta de recursos que se necesiten para su extracción o producción.

El comercio internacional obedece a dos causas, Regnes Castillo, (2003) “1. Distribución irregular de los recursos económicos 2. Diferencia de precios, la cual a su vez se debe a la posibilidad de producir bienes de acuerdo con las necesidades y gustos del consumidor<sup>11</sup>.”

El comercio exterior se da porque los países no poseen o no producen lo necesario para su supervivencia o sustentabilidad. Una nación para subsistir necesita lo que a la otra le sobra y viceversa, lo que a algunos países les sobra, necesitan exportarlo para incentivar el ciclo económico, esas naciones necesitan de recursos tan importantes como, materias primas o bien recursos naturales, medicinas, alimentos, tecnología, mano de obra calificada entre otros. No obstante, las estaciones del año son un factor fundamental para la producción y la diversificación de la producción, y hacen posible producir lo que en otras naciones no se podría cosechar.

Los países exportan aquellos productos en los cuales se verán beneficiados, en cuanto a mejores ofertas de precios internacionales, en cuanto a su calidad y que además cumplan con las normas internacionales fitosanitarias.

Las naciones desarrolladas o tercermundistas, producen, a grandes escalas bienes y servicios que buscan como satisfacer el mercado internacional; por ejemplo, la fabricación de un coche, la producción de alimentos, la producción de materias primas, entre otras, pero debido a los altos costos de producción, estas naciones tienen que importar la materia prima de otros países a precios favorables que les permita elevar sus niveles de producción.

---

<sup>11</sup> Zalazar, Regner Castillo (2003), Perú: Causas del Comercio Internacional, Primera ed. P.1-2-3.  
[www.academia.edu/4259738/Causas del comercio internacional](http://www.academia.edu/4259738/Causas-del-comercio-internacional).



## 2.2. Origen del comercio internacional

El comercio exterior empezó a adquirir importancia a partir del siglo XVI con la creación de los imperios coloniales europeos, se convierte en un instrumento de política imperialista. Un país era rico o pobre dependiendo de la cantidad de oro o plata que tuviera y metales preciosos. El imperio buscaba conseguir mayor riqueza a un menor costo. Este modo de comercio internacional se conoció como mercantilismo y predominó durante los siglos XVI y XVII.

En los siglos XVII y XVIII, se pueden describir con claridad algunas características del comercio exterior:

- Los dirigentes descubrieron que proporcionando el comercio exterior aumentaba la riqueza y por lo tanto el poder de su país.
- Desde 1868 hasta 1913 Gran Bretaña utilizó el sistema monetario internacional, que se regía por el patrón oro, tal sistema no presentaba devaluación y por lo tanto daba confianza, pero tenía una desventaja que los países pobres limitaban su dinero en circulación a sus reservas de oro.

Después de la segunda guerra mundial se crea la organización de las naciones unidas (ONU), y se toman una serie de acuerdos, denominados como de:

- Coordinación.
- Integración.
- Cooperación.

En los acuerdos de coordinación se trazan relaciones entre los países, para impulsar la realización de actividades comunes. Des pues de la guerra se crea en (1966), que por sus ciclas se describe como la organización para la cooperación y desarrollo económico. Otra organización muy reconocida es la CEPAL, que se crea en (1948). Entre los acuerdos de integración esta la misión de crear acuerdos comerciales entre países, como: AELC, MCCA, NAFTA, MERCOSUR, ASEAN, PAEC Y ALCA.

Dentro de esos acuerdos, se llegó a crear el acuerdo de cooperación, que surge para colaborar en problemas de aspecto económico, surge el FMI, creado en (1994), el GATT (1947), OMC (1993).

Una de las razones por la cual se da el comercio internacional es por la necesidad de exportar sus principales productos debido a la demanda del consumidor como principal agente económico. Estos día a día demandan de más y mejores bienes y servicios, que puedan satisfacer sus necesidades y si su nación de origen no les brinda tal comodidad irán en busca de aquel bien o servicios que ellos consideren rentable para su actividad económica.

El origen se encuentra en el intercambio de riquezas o productos de países tropicales por productos de zonas templadas o frías. Conforme se fueron sucediendo las mejoras en el sistema de transporte y los efectos del industrialismo fueron mayores, el comercio internacional fue cada vez mayor debido al incremento de las corrientes de capital y servicios en las zonas más atrasadas en su desarrollo. (Renes Castillo Zalazar, 2003). P.1-2-3.

El comercio internacional o comercio exterior se da, debido al superávit comercial que genera la economía de un determinado país, que es cuando los ingresos por ventas son superiores a los costos de ventas por tal razón las naciones se ven en la necesidad de exportar aquellos bienes y servicios que sobre pasan su necesidad en el mercado interno. La demanda del consumidor está sujeta a sus gustos y preferencias, y no descansara hasta obtener aquello por lo que o por el cual consideren mejor para su supervivencia.

Pero para poder exportar x o y bienes o servicios, se tuvo que entablar un acuerdo o relación comercial entre las naciones implicadas. El aumento constante de la globalización económica acelera los procesos de integración entre países en donde los procesos productivos de comercialización y de consumo se asimilen de tal forma que aumenten en su conjunto las relaciones internacionales.

Mientras existan buenas relaciones comerciales entre una nación u otra, siempre habrá comercio exterior, y como resultado de estos Tratados de Libre Comercio que agilizar la relación de los mercados con los productores y consumidores.

### **2.3 Ventajas y desventajas del comercio internacional**

La actividad comercial de Nicaragua con el exterior es poco competitiva, en relación con sus países vecinos, como Costa Rica, pero es muy elemental para el desarrollo económico del país, en especial para aquellas medianas y grandes empresas que ya se han establecido en el mercado internacional. La necesidad de exportar bienes y servicios se convierte en una actividad vital para el mercado nacional, ya que en sus últimos cinco años ha exportado el 23% de su PIB, superado por las importaciones que mantuvieron un valor del 48%, en lo que va de este periodo.



No obstante, el desarrollo agropecuario está en proceso de desarrollo y llevara años para alcanzar su independencia total. El comercio internacional posee sus propias ventajas, entre las cuales se puede mencionar: “Las ventajas comparativas, que son características del comercio exterior de un país y que le permiten participar exitosamente en los mercados:

**Ventajas comparativas:**

- a) Las absolutas.
- b) Las relativas.
- c) Las dinámicas.

La lucha por exportar hacia los mercados internacionales trae como consecuencia ventajas y desventajas, que todo país o nación debe de asumir en cumplimiento de sus metas o plan de desarrollo integral. Entre otras ventajas se pueden mencionar:

**1. Ventajas:**

- Poder exportar los productos hacia otro país.
- Poder implementar productos que en circunstancias naturales estarían ausentes en el país.
- Mejora de la calidad de vida de los habitantes.
- Promueve el desarrollo del país.
- Implementa la colaboración y las buenas relaciones con los países externos.
- Atrae la inversión extranjera.
- Crea nuevos puestos de trabajo.
- Incrementa y diversifica las exportaciones e importaciones.
- Da lugar a la apertura de nuevos mercados.



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



- Promueve el desarrollo.
- Amplifica el conocimiento de otras culturas y tradiciones.
- Permite tener nuevos contactos importantes para negocios y desarrollo del país.

#### **2. Desventajas, pueden aparecer durante las negociaciones y también se daría a la situación económica, política y social de un país.**

- Elevación de los impuestos, con esto no puedes transferir muchos productos.
- Daño de mercancías.
- Menor interés en los productos nacionales.
- Mano de obra mal pagada y barata.
- Comercio ilegal, piratería.
- Explotación de unos países a otros.

Conocer las ventajas del comercio internacional facilita la toma de decisiones de Nicaragua y de cualquier país mundo, para tomar medidas estratégicas de negociación en pro de la producción, y que beneficien a los productores de bienes y servicios para que estos puedan invertir más en aquellos productos de mayor demanda en el mercado internacional.

El comercio exterior es cada día más impulsado debido a la globalización que hace posible el intercambio de bienes y mercancías entre las naciones. El gobierno como cualquier otro gobierno ha estado tomando iniciativas y cartas en el asunto, para crear, promover y ejecutar leyes y políticas que beneficien a los y las productores del país a seguir produciendo y sacar adelante a este país.

## 2.4 Barreras del comercio internacional

Las barreras son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías. En el caso de Nicaragua no se cobra ninguna tarifa para cualquier producto que sea exportado, por la salir del territorio nacional.

Las barreras legales que más se utilizan son las arancelarias y tienen como fin impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y/o servicios a un país, dado por medio del establecimiento de derechos a la importación. Cuanto más alto sea el monto de los aranceles de una mercancía, más difícil será que ingresen y compitan contra la producción local en otro país, ya que ese arancel incidirá en los precios de los productos importados; elevando su precio.

También habrá que tratar el tema de derechos arancelarios, que están previstos en el arancel de importaciones de mercancías y que son aplicables para todas las mercaderías comprendidas en el arancel de importaciones.

Las medias arancelarias impuestas por un determinado país están establecidas a cumplir con la única razón por la que fueron creados, y es la de permitir la circulación de determinadas mercancías o servicios a disposición del mercado interno.

### 2.4.1 Barreras arancelarias

Las barreras arancelarias son impuestos elevados a los productos de importación, lo que hace que se encarezcan. Algunos países imponen fuertes aranceles a determinadas mercancías con el objeto de proteger sus industrias. La implementación de barreras arancelarias se puede tomar en dos criterios diferentes, en uno se puede dar la idea de imponer altos impuestos para que los empresarios de x o y mercancías no tengan pérdidas y logren recuperar su inversión, o bien no dar paso a la competencia y ser un mercado de competencia oligopólica.

“Sólo hay dos tipos de aranceles, los ad-valoren y los específicos, de ellos se desprenden otras combinaciones:

- Arancel de valor agregado o ad-valoren es el que se calcula sobre un porcentaje del valor del producto (CIF), Ejemplo: 5% del valor CIF.
- Arancel específico, se basa en otros criterios como puede ser el peso, por ejemplo, US\$ 5 por cada kilo de ropa nueva. Es un pago establecido por cada unidad de medida del bien importado.

- Arancel anti-dumping es un arancel que se aplica a la importación de productos que reciben subvenciones de los países donde se producen. Estas subvenciones les permiten exportar por debajo del costo de producción.
- Arancel mixto es el que está compuesto por un ad-valoren y un arancel específico que se gravan simultáneamente a la importación”. Glenda Guarola, (2011). Pág.1<sup>12</sup>

No obstante, existe otra clasificación un cuanto similar a la de los tipos de aranceles que expresaba la licenciada Glenda Guirola de San Salvador. Pero que también se asemejan a los expuestos por la dirección general de relaciones económicas internacionales de Chile, que dice: “Arancel Ad Valoren: este es cuando se impone un porcentaje fijo sobre el valor monetario de la mercancía en aduana. Por ejemplo, un 3 por ciento por cada US\$1000.

**Arancel específico:** se establece por el volumen o cantidad de la mercancía, sin importar su valor en dinero. Por ejemplo, un importador estadounidense de automóviles japoneses puede exigírsele pagar al gobierno estadounidense un impuesto de US\$ 1,000 por cada auto sin importar del precio pagado por el vehículo.

**Arancel mixto:** Es el que está compuesto por un arancel Ad Valoren y un específico que gravan simultáneamente la importación por ejemplo al importador de computadoras extranjeras puede exigírsele en aduana pagar US\$ 25 por cada computadora más 5 por ciento sobre el total de la mercancía.

**Arancel cupo:** este es aplicado a una determinada mercancía mediante un acuerdo comercial donde si llegan a rebasar un tope determinado se deja de aplicar el arancel preferencial, por ejemplo, suponga que México y Estados Unidos acordaron según acuerdo comercial aplicar un arancel preferencial de un 1 por ciento a la importación de 10,000 toneladas de maíz, pero si excediera esta cantidad el arancel aplicado al resto sería el arancel normal en la aduana mexicana.

**Arancel estacional:** es el que se establece en determinadas temporadas del año y este se incrementa conforme la demanda aumenta. Por ejemplo, para la temporada de la cosecha de frijol en El Salvador puede establecerse un impuesto a la importación del frijol extranjero para proteger a los productores nacionales.

---

<sup>12</sup> Glenda Guarola, Marketing Internacional, archivo: Barreras arancelarias y no arancelarias 14/09/11. San Salvador-, Blog, informativo. Dirección: <https://glendaguirola.wordpress.com/acerca-de/>

**Arancel prohibitivo:** Es un arancel que puede llegar a ser demasiado alto que hace imposible que el mercado meta sea atractivo. Por ejemplo, si un país no desea que se importen zapatos puede establecer un arancel muy alto de tal manera que no desee entrar al país.

**El arancel de exportación:** es uno de los tipos de aranceles menos empleado por la mayor parte de los países a nivel mundial, ya que las mercancías exportadas generalmente quedan exentas de todo tipo de derechos arancelarios. En todo caso, un arancel de exportación determina un derecho arancelario para los productos exportados” DGREI, Chile (2016).

#### 2.4.2 Barreras no arancelarias

Al igual que existen barreras arancelarias que protegen al mercado interno, también hay barreras no arancelarias como las especificaciones técnicas, etiquetado, envase, embalaje, exigencias de que el producto presente las instrucciones de uso en idioma del país importador, normas sanitarias y fitosanitarias para garantizar la calidad de los productos y defender a los consumidores con respecto a la salud y el medio ambiente. Por ejemplo, en Japón cada producto del sector floricultor debe permanecer una muestra en cuarentena para detección de plagas. Este tipo de barreras tratan de ser eliminadas especialmente por los países desarrollados es por eso que promueven el libre comercio y otros la evaden con prácticas desleales como el dumping, subsidios a la exportación o subvenciones.

Como en forma de concepto se puede hacer referencia a que las barreras arancelarias son condiciones no impositivas que imponen algunos países a productos de importación con el objeto de proteger sus industrias.

Las barreras no arancelarias además de proteger la industria nicaragüense protegen a la población de una posible infección o contaminación por adquirir productos que no cumplan con las medidas de higiene y seguridad establecidas. Actualmente no existe en el país un riguroso control de la entrada de estos productos.

Del año 2010 al 2011 Nicaragua importó US\$ 28,020.10 millones con un promedio anual de US\$ 2,365.6 lo que significó un aumento en la balanza comercial, que año con año deja entre ver que sigue dependiendo en su totalidad de los bienes y servicios del mercado internacional.

Las barreras arancelarias a la importación se deben en su totalidad al rápido crecimiento del mercado exterior, y de la necesidad de intercambiar bienes y servicios entre las naciones. Nicaragua es un mercado poco explotado propenso a los embates y crisis financieras internacionales debido a la dependencia que aún mantiene con las naciones desarrolladas.





## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



La globalización y la necesidad de intercambio hacen de Nicaragua un país totalmente dependiente de las importaciones, y propenso a ser víctima de actividades ilícitas como el narco tráfico, venta de órganos, robos, lavado de dinero, piratería, entre otras actividades que han sido lucha ferviente de la Policía Nacional y del Ejército de Nicaragua. El país debe de invertir en su totalidad en capacitación técnica y profesional a los trabajadores de las fronteras tanto área, terrestre y marítimas, para que ofrezcan un mejor, seguro y ágil servicio que garantice los tramites de las mercaderías en Aduanas.

Las barreras arancelarias impuestas por otros países a Nicaragua son una muestra de la necesidad de invertir más en tecnología, más en educación, más en mano de obra capacitada para las labores elementales de todo proceso productivo que tengan como propósito la creación de un bien o servicio.

Las barreras impuestas económicamente pueden sacar de circulación aquellos productos que no cumplan con lo establecido en la ley de impuestos o que simplemente no cuenten con las medidas de higiene y seguridad alimentaria de los mercados en desarrollo.

En el blog informativo de radio la primerísima, en una de las entrevistas realizadas al titular del MAGFOR: “Estos aspectos serían el mejoramiento de los asuntos sanitarios en la producción, que garantice al mercado nacional e internacional productos que cumplan con todos los requisitos que exigen las leyes nicaragüenses y los mercados internacionales.

Otro sería mejorar la producción de hortalizas para que en la medida de lo posible ir sustituyendo las importaciones de estos productos, hacer una alianza entre los comercializadores y productores para que podamos mover nuestros productos nacionales y que no vengan los productos externos a arrojar la producción nacional”<sup>13</sup> Ariel Bucardo Rocha (2010).

---

<sup>13</sup> Ariel Bucardo Rocha, radio la primerísima. Las importaciones fueron restringidas por barreras no arancelarias de países de Centro América. Managua. 2010, portal. <http://www.radiolaprimerisima.com/noticias>



### CAPITULO III: COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES EN EL PERIODO 2010-2014

El comercio internacional está en constante crecimiento, pero al igual que se incrementa, también se eleva la demanda de bienes y servicios, la cual se ha convertido para Nicaragua en una oportunidad optima a seguir y aprovechar. Las exportaciones son el conjunto de mercancías y servicios que un país vende a otro, enviándolos por los diversos medios de transporte, ya sea marítimo, aéreo y terrestre. Por otro lado, las exportaciones junto con las importaciones son parte del comercio exterior de un país y a la vez integran el conjunto de relaciones económicas internacionales. Estas exportaciones se dan porque ningún país produce lo necesario para satisfacer sus necesidades, en tanto que otros producen en forma excedente lo que requiere aquel.

En los últimos cinco años las exportaciones de Nicaragua han significado el 23 por ciento del PIB, mientras que las importaciones rondan el 48 por ciento. Claramente se puede observar como los empresarios nicaragüenses están interesados por los mercados internacionales, lo cual hace que la economía dependa en su totalidad de las importaciones de bienes y servicios del exterior, volviéndola cada vez más vulnerable a la inflación internacional y a la especulación. Por más de medio siglo el país ha dependido de las importaciones provenientes de diferentes naciones del mundo.

**Gráfico III. 1: Más de un siglo de exportaciones**



Elaboración propia, con datos del BCN, sector externo, principales indicadores macroeconómicos (1960-2015).

### 3.1 Promoción de las exportaciones como eje para el desarrollo

La economía de Nicaragua, es una economía lenta pero segura, que a paso firme está abriendo camino en los mercados internacionales y está firmando TLC con importantes países de la región, con beneficios arancelarios favorables para sus exportadores y productores.

La promoción de exportaciones es una función muy importante, ya que a través de ella se venden bienes y servicios, facilitando el acceso a los mercados internacionales por medio de políticas económicas de comercio que mejoran la capacidad de atracción a la inversión extranjera, dicha política debe de ir dirigida en formar lineamientos para adquirir una mayor demanda a nivel internacional. Ante un mercado mundial exigente y muy competitivo estas promociones deben de ser claras y objetivas. Según el FUNIDES<sup>14</sup> recomienda que la promoción de exportaciones debe dirigirse hacia:

- ❖ Productos diversificados de exportación: haciendo referencia a la estrategia que debe encaminar al sector exportador a ingresar nuevos productos a los mercados nacionales e internacionales.
- ❖ Fortalecer la inteligencia del mercado: recomienda el uso de la investigación exhaustiva y detallada de la información disponible de los mercados que permita el mejor desempeño de las exportaciones nicaragüenses.
- ❖ Divulgar permanentemente, gratuita y masivamente toda la información: con el fin de proporcionar las herramientas que permitan analizar e informar acerca de situaciones, escenarios y proyectos a todos los sectores económico sin excepción.
- ❖ Fortalecer el asesoramiento: para el apoyo de los exportadores es necesaria la capacitación y el seguimiento que se les pueda brindar para mejorar su desempeño, calidad y eficiencia en los mercados internacionales.
- ❖ Costos bajos para la producción: ya sea mediante mejorar el proceso de producción con el uso de la tecnología o nuevas técnicas de producción que mejoren la productividad, el tiempo, el uso de recursos y la calidad de los productos que a su vez reduzcan el costo del mismo brindándole así la oportunidad de competir en el exterior.
- ❖ Abaratar y facilitar los trámites de registros: con la razón de agilizar y disminuir el gasto en los trámites que se realizan para la exportación de los productos e incentivar de esta manera al sector exportador.

---

<sup>14</sup> FUNIDES, Informe de Crecimiento Económico 2012. Segundo semestre 2012. P.3

- ❖ Apoyo a la organización y legalización de las microempresas: además garantiza el orden y de esta forma brindar a las microempresas de todos los beneficios de orden individual y colectivo que la constitución y la ley otorga.
- ❖ Coordinación de marcas: de esta forma garantizar la conexión de los distintos elementos, esfuerzos y medios con el fin de obtener un resultado específico en una acción en conjunto de las distintas marcas exportadoras nicaragüense.
- ❖ Posicionamiento de productos: garantizar una oportunidad de competir en los mercados extranjeros a los productos o marcas de exportación nicaragüense y la colocación oportuna de estos en el mercado internacional.
- ❖ Mejorar mercados y precios: ya sea mediante la ubicación o la apertura de nuevos mercados en cual se incorporen los productos nacionales o internacionales, el precio es el mayor determinante para la competencia un precio en el cual beneficie tanto a productor y consumidor.
- ❖ Requisitos legales: las rigurosidades en los requisitos legales para los permisos de exportación suelen significar obstáculos para el comercio exterior ya que toman tiempo, significan un alto costo y por lo tanto desalentar al exportador.
- ❖ Valor agregado: producir bienes con valor agregado y de esta manera exportaciones con mayor valor agregado que representen un mayor beneficio económico y desarrollar a Nicaragua no como un exportador de materias primas si no un exportador de bienes diversificados y con un alto valor agregado.

### **3.2 Principales mercados de exportación en los que resalta Nicaragua**

A pesar de los fuertes lazos comerciales que tiene el país con sus principales mercados de exportación como Estados Unidos, Centro América, Canadá, Venezuela y algunos países de la Unión Europea (UE), todavía no es lo suficientemente necesario para tratar de superar los niveles de importación que año con año van en aumento. Es necesario que Nicaragua establezca nuevas relaciones comerciales para no depender de un solo mercado como demandante mayoritario de los productos, y que mejor opción que la buena promoción e incentivación de los productos en los mercados internacionales.

Para mejorar la capacidad de producción y elevar el precio de los productos, los productores tienen que centrar esfuerzos en mejorar la calidad en base a aquellos productos, que son competentes y demandados en el mercado internacional, pero esta tiene que ir acompañada del valor agregado, que no es más que la suma total del valor adicional en cada etapa de la



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



producción; es decir lo que realmente se le agrega al producto durante el proceso de producción. El valor agregado se obtiene restando del valor bruto de la producción el total de insumos. A portar valor al producto ara que este sea más competitivo en el mercado, y que por ende se eleven los ingresos de las empresas.

Y es así como el comercio exterior de Nicaragua, es un tema que día a día debe ser esencial en las políticas comerciales y económicas de la nación y en cada periodo de gobierno, este además de agregar valor al producto, debe de diversificar su producción y clasificar sus mercados embace a políticas, aranceles, precios, competitividad y cultura, todo esto se puede llevar a cabo a través de relaciones bilaterales, acuerdo comerciales y TLC, pero este último debe de ser negociado justamente con países que estén realmente interesados en el desarrollo de la nación y no en cumplir sus propios intereses.

El comercio exterior avanza a pasos agigantados en medio de un mundo globalizado cada vez más exigente. Ya no basta solo con producir para el consumo interno de unos cuantos en el mercado, sino que también buscar la manera de que esos productos salgan al mercado exterior.

“El mercado no es más que el lugar que acuden periódicamente compradores y vendedores para efectuar el intercambio de bienes y servicios. En sentido económico se entiende por mercado el conjunto de demandas y ofertas respecto a las mercancías. Se pueden clasificar dependiendo del área geográfica, de acuerdo con lo que se ofrece, en cuanto al precio de formación del precio y de acuerdo a la competencia”<sup>15</sup>.

---

<sup>15</sup> Arena Zorrilla, Santiago y José Silvestre Méndez. 1997. Diccionario de Economía. Pág.144-145.

**Tabla III. 1: Lista de los principales mercados de exportación por origen**

Principales mercados de exportación							
N°	Mercado	2010	2011	2012	2103	2014	Total:
1	Estados unidos	537,694.40	636,472.80	759,208.80	608,904.70	813,645.00	3355,925.70
2	México	51,650.10	82,750.70	70,057.60	57,660.60	63,156.20	325,275.20
3	Canadá	157,389.90	273,362.60	317,645.70	313,612.40	232,736.70	1294,747.30
4	Costa rica	82878.70	98,844.60	115,415.20	119,439.00	148,892.00	565,469.50
5	El salvador	206,320.60	206,620.70	245,256.80	213,449.20	222,516.10	1094,163.40
6	Guatemala	68,302.50	70,997.10	76,462.90	84,649.80	90,353.80	390,766.10
7	Honduras	61,603.50	59,420.80	66,455.80	80,055.20	81,125.40	348,660.70
8	Bolivia	434.5	203	289.6	517.5	548.1	1,992.70
9	Cuba	996.9	2,146.40	1,036.80	1,634.10	1,880.60	7,694.80
10	Ecuador	3,464.60	5,032.40	2,446.10	1,729.40	3,602.10	16,274.60
11	Venezuela	248,569.40	302,645.10	444,003.40	383,970.80	390,093.10	1769,281.80
12	Resto de América y el Caribe	92,400.70	104,192.10	109,830.30	120,834.90	148,922.60	576,180.60
13	Europa	215,722.60	274,403.30	314,587.80	292,265.40	241,426.30	1338,405.40
14	Asia	85,802.80	120,101.30	120,597.80	132,193.60	139,217.70	597,913.20
15	Resto del mundo	8,857.50	14,515.10	28,571.00	25,282.00	54,539.30	131,764.90
	<b>Total:</b>	1822,088.70	2251,708.00	2671,865.60	2436,198.60	2632,655.00	11814,515.90

Elaboración propia con datos del BCN, sector externo, exportaciones FOB por regiones y países (2010-2014), tabla VII-3, (exportaciones en miles de dólares), no incluye datos de zonas francas.

Nicaragua ha aumentado sus exportaciones al igual que lo ha hecho con sus importaciones, ha sido una economía en constante crecimiento, que paso a paso entra en el comercio internacional, abriendo lazos y firmando importantes Tratados de Libre Comercio que permiten sacar provecho de los diversos productos que se consumen en otras naciones del mundo.



En los años del 2010 al 2014 el país centro sus exportaciones en continentes con mercados potenciales como: América del norte, América del Sur, América Central, Asia y Europa. De estos continentes surgen tres principales mercados de un total de 40 analizados estadísticamente. Nicaragua mantiene importantes relaciones comerciales con mercados de la región americana, entre ellos sobresalen los mayores demandantes de mercancías.

### **3.2.1 Relación comercial de Estados Unidos con Nicaragua.**

Las relaciones comerciales entre Nicaragua y Estados Unidos han mejorado en los últimos años, alcanzando importantes Tratados de Libre Comercio que han logrado al máximo el intercambio comercial entre ambas naciones. Entre esos tratados tenemos al DR-CAFTA, que ha permitido obtener al máximo los beneficios de tan importante convenio, pero a la vez: Nicaragua fue el único país que recibió el beneficio del TPL que permite acceso preferencial al mercado de los Estados Unidos de América para prendas de vestir elaboradas con telas o hilazas no originarias de los países parte del DR-CAFTA.

Estados Unidos ha competido y sigue compitiendo con 15 mercados internacionales, logrando consumir unos US\$ 3,356 millones, en concepto de compras de mercancías del mercado nicaragüense, dichas cifras se lograron en el periodo 2010 al 2014, demostrando destacar con superioridad el primer lugar como principal mercado de exportación para Nicaragua, llegando a comercializar el 25 por ciento de las ventas del país. Esta importante cifra fue alcanzada por ser el principal comprador de productos como: los frijoles, queso, carne vacuna, calzado, vestuario, algodón, cebollas, melón, pitahaya, entre otros productos que han sido comercializados y que se mantienen exentos de impuestos por los beneficios alcanzados en los Tratados de Libre Comercio alcanzados a lo largo de la historia comercial del país.

Para el año 2010 las exportaciones enviadas al mercado americano alcanzaron los US\$ 538 millones obteniendo un crecimiento del 30 por ciento con respecto al año anterior, estas exportaciones alcanzaron el 6 por ciento del PIB y el 29 por ciento del total de las transacciones comerciales registradas para ese año, según datos estadísticos del BCN. Los productos que más se demandaron fueron: café, carne, oro, azúcar, langostas, queso, banano, frijol, entre otros de mucha importancia. A pesar de la gran recesión económica que sufren algunos países, este no ha dejado de ser su principal demandante de bienes.



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



Para el 2011 su demanda se incrementó en un 18 por ciento, con respecto al año anterior, llegando a comercializar unos US\$ 636 millones obteniendo siempre el primer lugar entre sus mercados vecinos. La demanda de bienes de consumo crece, pero no a como se esperaba para el país, esta se vio limitada debido a los embates de la crisis financiera global del 2008 y la posterior gran recesión, que la siguió y cuyos efectos se sienten hasta el presente año.

A pesar de la reducción inesperada en el consumo exterior, el país del norte ha obtenido un importante record de 34 por ciento de las ventas a nivel internacional y con nada más que el 16 por ciento del PIB de país, no cabe duda que Estados Unidos sigue siendo el principal demandante de Bienes de consumo del mercado nicaragüense. Se demandaron un total de 47 productos, entre ellos bienes perecederos y no perecederos, de los cuales se puede mencionar el oro, la plata, cobre, mangos, frijoles, papaya, plátano, camarones, langosta, cajas de madera, cigarrillos, entre otros de mayor necesidad y preferencia internacional.

Para el 2012 las exportaciones ascendieron a unos US\$ 759 millones, con un crecimiento del 19 por ciento con respecto al año anterior, siempre a la cabeza en el comercio internacional. A pesar de los embates de la crisis internacional como: el aumento del desempleo y el bajo ritmo de crecimiento de tan solo el 2 por ciento para la primera economía mundial, aun así, los Estados Unidos no dejaron de consumir los principales productos exportados.

La demanda de bienes en el mercado estadounidense crece, pero no a ritmos esperados, siendo el que más demanda mantuvo para ese año con respecto al año anterior, los productos de consumo siguen siendo el café, carne, langosta, camarón, oro, maní, azúcar, queso, frijol, banano, pescado, harina de trigo, entre otros de mayor consumo en el mercado.

Para el 2013 Estados Unidos importaron unos US\$ 609 millones del mercado nicaragüense en concepto de compras. Para ese año su economía enfrentaba los embates de la crisis internacional, por lo cual se vio obligado a reducir su consumo, no obstante, esta crisis vino a provocar una reducción 20 por ciento con respecto al año anterior, la peor reducción de consumo para Estados Unidos y una drástica reducción de las exportaciones para Nicaragua al pasar de US\$ 2,677 a US\$ 2401 millones, dejando de exportar unos US\$ 276 millones, de los cuales Estados Unidos dejó de consumir unos US\$ 150 millones.

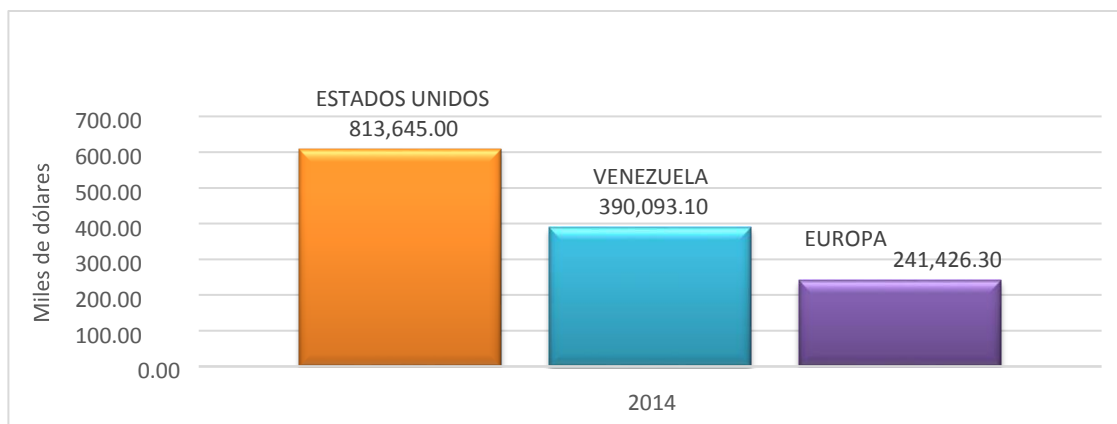
Los productos que se exportaron fueron: café, carne, langosta, camarón, oro, maní, azúcar, queso, frijol, banano, pescados frescos, productos cerámicos, café instantáneo, tabaco en rama, galletería, industria tabaco, refinería petróleo, industria bebida, productos químicos. El 2014 es el último año del periodo, la economía se encuentra en un importante auge económico y su PIB creció 9 puntos porcentuales por encima de valor del año anterior al pasar de 1.5 a 2.4, lo cual permite que la economía se vea estimulada y el consumo se vea



incrementado para ese año. Este leve crecimiento permite a Nicaragua aprovechar el mercado y exportar unos US\$ 813.6 millones.

Este año fue el mejor para los empresarios nicaragüenses, las exportaciones alcanzaron el 34 por ciento con respecto al año anterior, Estados Unidos sigue a la cabeza del mercado, siendo el principal demandante de mercancías del país, su valor consumido para ese año alcanzó el 7 por ciento del PIB nacional, y alcanza el 31 por ciento de valor exportado para ese año.

**Gráfica III. 2: Principales mercados de exportación que sobresalen en el 2014**



Elaboración propia con datos del BCN, sector externo, exportaciones FOB por regiones y países (2014), tabla VII-3, (exportaciones en miles dólares), no incluye datos de zonas francas.

### 3.2.2 Relación comercial de Venezuela con Nicaragua.

Mejor conocido como la República Bolivariana de Venezuela, actualmente posee un PIB de US\$ 427,326 millones. Su primer tratado de libre comercio con Nicaragua se firma en el año 1986, este acuerdo tiene por objeto el otorgamiento de preferencias arancelarias y la eliminación o disminución de restricciones no arancelarias. Las relaciones sociopolíticas de Nicaragua con Venezuela han permitido abrir nuevos lazos comerciales y puertas al consumo nacional. La demanda de productos tanto tradicionales y no tradicionales aumenta cada año gracias a la libre circulación comercial y al acceso fijo a los mercados sin impuestos aduaneros que eleven el precio del bien o servicio.

Las exportaciones a la región venezolana han registrado importantes cifras, que fueron analizadas estadísticamente del año 2010 al 2014 según datos oficiales del BCN y DGA. Las exportaciones totales ascendieron en unos US\$ 1,769 millones aproximadamente, siendo el segundo principal mercado de consumo, después de Estados Unidos, para los empresarios



nicaragüenses esto significa una valiosa oportunidad, ya que sus dos principales mercados se encuentran en el mismo continente, lo cual vendría a reducir costos en materia de transporte.

Estas cifras han tenido un gran impacto para la economía nacional, la demanda de bienes y servicios han alcanzado el 3 por ciento del PIB en lo que va del periodo, pero a la vez estas lograron el 17 por ciento de valor total exportado. Las ventas promedias en concepto de exportaciones han llegado a unos US\$ 354 millones por año. Los principales productos que más demanda tuvieron en el mercado venezolano fueron:

**Tabla III.2: Principales productos que mayor demanda tuvieron en el mercado de Venezuela.**

Productos más exportados a Venezuela							
N°	Producto	2010	2011	2012	2013	2,014	Total
1	Carne	134,719.7	167,724.5	209,445.6	155,275.7	93,607.8	760,773.4
2	Café	37,263.8	43,172.4	100,707.4	40,513.6	47,958.5	269,615.8
3	Azúcar	18,598.9	40,642.7	34,190.1	85,398.8	98,511.5	277,342.0
4	Aceite de soya		15,812.2				15,812.2
5	Leche	18,992.6	11,774.4				30,767.0
6	Ganado	10,233.7	11,018.0	14,105.1	19,440.0	15,315.6	70,112.3
7	Frijoles		9,894.5	9,195.3			19,089.8
8	Maní		201.7	201.7		754.0	1,157.4
9	Producto Químicos			2,171.4	639.7		2,811.1
10	Industrias de Tabaco				11,831.2	1.8	11,833.0
11	Industria bebida				6,100.3	5,211.4	11,311.7
12	Frijoles	17,152.3				34,713.8	51,866.1
13	Aceite de soja	10,406.3					10,406.3
14	Los Demás	1,202.0	2,404.7	73,986.8	64,771.5	94,018.8	236,383.8
	<b>Total</b>	248,569.40	302,645.10	444,003.40	383,970.80	390,093.10	1769,281.8

Elaboración propia con datos del BCN, sector externo, principales mercancías enviadas a Venezuela en miles de dólares.



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



Para el año 2010 las exportaciones totales al mercado de Venezuela ascendieron a US\$ 249 millones llegando a consumir un 109 por ciento más que el año anterior, en cuanto a su demanda fue el año en que alcanzó su mayor auge en lo que resta del periodo. Estas ocuparon el 13 por ciento del valor total exportado al resto del mundo. Esta importante compra se da por la favorecida alza en los precios del petróleo y sus derivados, de la cual depende en su totalidad dicha economía.

El 2011 también significó un aumento en los niveles exportados saliendo al mercado externo unos US\$ 303 millones aproximadamente los cuales representaron el 13 por ciento del total, en comparación que el 2010 estas solo crecieron un 22 por ciento lo cual significó unos US\$ 54 millones. Los productos que más se exportaron fueron 8 de los cuales se pueden mencionar: carne, café, azúcar, aceite de soya, leche, ganado, frijoles y maní.

Para el 2012 estas se vieron incrementadas en un 44 por ciento con respecto al año anterior, debido a que el consumo se vio estimulado por los precios internacionales del petróleo, lo que causó un aumento en la demanda de bienes del mercado nicaragüense, las exportaciones ascendieron a US\$ 444 millones, logrando de esta manera destacarse con éxito y manteniendo su puesto como el segundo mejor destino de las mercancías de Nicaragua. Los productos que se exportaron fueron: carne, café, azúcar, ganado, frijoles, maní, productos químicos, entre otros. De estos productos se encuentran tres de los productos más vendidos en los mercados internacionales los cuales son: carne, café, maní y azúcar.

Para el año 2013 la demanda de bienes de consumo por parte de Venezuela a Nicaragua se vio reducida en US\$ 384 millones, y cae 14 por ciento con respecto al año anterior. Esto se debe al precio internacional de los commodities, la baja en el precio vino a provocar una inseguridad económica, no solo por el precio, sino que también por la inestabilidad de la inflación. Los productos mayormente afectados por esta baja fueron: café, carne, maní y frijol, por lo que su consumo se vio reducido.

Culmina el 2013 y arranca el 2014, con datos pocos favorables para la economía nacional. Para este año las exportaciones cierran cifras de US\$ 391 millones, superando al 2013 en tan solo un 2 por ciento, claramente se puede observar como la crisis de inestabilidad económica ataca al consumo interno del país, se puede observar una reducción del precio de café, azúcar y frijol, pero los demás se mantienen constantes. Los principales productos exportados fueron: carne, café, azúcar, ganado, maní, industrias de tabaco y la industria de bebida.

### 3.2.3 Relación comercial de la Unión Europea con Nicaragua

La unión europea (UE), está conformada por 27 estados miembros, y representa un mercado de consumo superior a los 500 millones de personas con alto poder adquisitivo. Esto lo constituye en un cliente potencial para las pequeñas y medianas empresas centroamericanas, sobre todo ante la futura aprobación y puesta en vigencia del acuerdo de asociación, que amplía y mejora las oportunidades de acceso a dicho mercado, tanto en mercancías como en servicios.

Los consumidores de la zona euro demandan productos orgánicos, alimentos funcionales y las medicinas, el principal factor de compra del consumidor está dado por la relación calidad precio, y de la búsqueda de servicios añadidos, como cambios y reembolsos.

Los consumidores de la zona euro demandan productos orgánicos, alimentos funcionales y las medicinas, el principal factor de compra del consumidor está dado por la relación calidad precio, y de la búsqueda de servicios añadidos, como cambios y reembolsos.

El viejo continente no solo se caracteriza por ser una de las economías más antiguas del planeta, sino que también, ocupa el tercer lugar como principal mercado de destino comercial de Nicaragua. En los últimos cinco años los europeos han consumido unos US\$ 1,338 millones en concepto de pago de mercancías demandadas, estas se han calculado en un 10 por ciento del total de las mercancías exportaciones.

Los principales productos exportados al mercado europeo fueron: café, carne, langosta, camarón, maní, azúcar, frijol, tabaco en rama, galletería, industria tabaco, industria bebida, productos químicos, refinería de petróleo, entre otros.

Las exportaciones de bienes a la zona euro en el 2010 rondaron los US\$ 216 millones, los consumidores optaron más por comprar productos orgánicos de bajos precios y de buena calidad. Las ventas de los empresarios nicaragüenses al mercado europeo en lo que va del año llegaron a un 17 por ciento con respecto al año anterior, esto quiere decir que los consumidores europeos optaron más por el gasto. Por otro lado, las exportaciones rondaron el 12 por ciento del valor total exportado para ese año y el 2 por ciento del PIB de Nicaragua.

Para el 2011 las exportaciones alcanzaron los US\$ 274 millones, que significaron un 27 por ciento en referencia al total exportado, esta sigue manteniendo los mismos datos que el año pasado en cuanto a porcentaje del PIB y Exportación anual. A pesar de la reciente crisis europea los mercados, no dejaron de consumir, su demanda se vio reducida por la inseguridad fiscal y monetaria.



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



Llega el 2012 “y la economía europea se contrae debido a Italia y España, ya que enfrentan contracciones en su batalla por escapar de la crisis de la deuda, dijo la comisión europea”<sup>16</sup>, la crisis financiera de la zona euro que empezó en Grecia debido a la mala administración bancaria y el retiro de los fondos de inversión al exterior, han llegado a su segundo rescate en lo que va de estos cinco años. A pesar de los distintos problemas financieros y económicos que ha pasado la zona su consumo no ha dejado de perseverar.

Las exportaciones llegaron a unos US\$ 315 millones, viéndose reducidas en 15 por ciento con respecto al año anterior, las bajas en las ventas fueron de 12 por ciento. La demanda del mercado europeo alcanzó el 3 por ciento del PIB de Nicaragua. Los productos exportados fueron: café, carne, langosta, camarón, maní, azúcar, frijol, tabaco en rama, galletería, industria tabaco, industria bebida, productos químicos, entre otros de poco consumo en el mercado. La baja del consumo se debe a la reducción de los precios internacionales de los commodities, que sufrieron una baja general del 3 por ciento cifra calculada de acuerdo a la reducción de los precios de 9 de 14 productos antes mencionados, los productos que más se vieron afectados fueron el café con una baja del 11 por ciento en su precio unitario, seguida del frijol con el 10 por ciento y en tercer lugar al camarón con el 6 por ciento.

Para el 2013 las exportaciones sufren una caída del 7 por ciento con respecto al año anterior, se colocaron unos US\$ 292 millones, dejando de percibir unos US\$ 23 millones, estas ventas se vieron reducidas debido a los problemas financieros y económicos que atraviesa recientemente la zona.

---

<sup>16</sup> La prensa Economía, <http://www.prensa.com/economia/Economia-Europa>

**Tabla III.3: Precio de los principales productos exportados a Unión Europea 2013**

<b>Análisis Estadístico 10 de 13 Productos</b>							
<i>(Cientos de dólares)</i>							
<b>N°</b>	<b>Producto</b>	<b>U/M</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>Variación</b>	<b>Total:</b>	<b>Promedio</b>
<b>1</b>	<b>Café</b>	<b>US\$ x qq</b>	198.58	163.13	-18%	361.71	72.34
<b>2</b>	<b>Carne Vacuna</b>	<b>US\$ x Kgs</b>	4.34	4.33	0%	8.67	1.73
<b>3</b>	<b>Langosta</b>	<b>US\$ x Kgs</b>	27.91	29.34	5%	57.26	11.45
<b>4</b>	<b>Maní</b>	<b>US\$ x qq</b>	78.68	50.36	-36%	129.04	25.81
<b>5</b>	<b>Azúcar</b>	<b>US\$ x qq</b>	25.74	22.15	-14%	47.89	9.58
<b>6</b>	<b>Frijol</b>	<b>US\$ x Kgs</b>	1.01	0.81	-20%	1.82	0.36
<b>7</b>	<b>Camarón de Cultivo</b>	<b>US\$ x Kgs</b>	4.92	6.17	25%	11.09	2.22
<b>8</b>	<b>Tabaco</b>	<b>US\$ x Kgs</b>	10.57	11.76	11%	22.32	4.46
<b>9</b>	<b>Galletas</b>	<b>US\$ x Kgs</b>	1.67	1.75	5%	3.42	0.68
<b>10</b>	<b>Bebidas y Rones</b>	<b>US\$ x Kgs</b>	0.88	0.93	6%	1.81	0.36
<b>Total:</b>			354.3	290.72	-36%	645.02	129

Elaboración propia, con datos de la DGA, CNDC/ENATREL, fuente de información BCN, sector externo.

Los productos que más se exportaron al mercado europeo fueron: café, carne, langosta, camarón, maní, azúcar, frijol, tabaco en rama, galletería, industria tabaco, industria bebida, productos químicos, refinería petróleo, entre otros de mayor demanda. Como parte de la crisis financiera los precios de los principales productos mantuvieron una caída promedia del 5 por ciento, los productos que sufrieron bajas en sus precios fueron: el maní registra una caída del 36 por ciento por libra, la mayor baja en relación a los demás productos, seguida del frijol con el 20 por ciento y por último del café con una caída de 18 por ciento.

Para el 2014 las exportaciones se vieron aún más reducidas alcanzando una baja del 17 por ciento con respecto al año anterior, estas llegaron a unos US\$ 241 millones, lo que viene a un más a reducir la producción de los bienes y a buscar nuevos mercados, que no presenten muchos desequilibrios.

### 3.3 Exportaciones FOB de Nicaragua comercializadas en los últimos cinco años por tipo de producto y mercancía

Durante los últimos cinco años las exportaciones FOB de bienes y servicios han demostrado ser un intercambio eficaz para el desarrollo económico del país. Para el año 2014 el país cerró cifras con US\$ 2,634.50 millones, valores centrados en su mayoría por productos del sector agropecuario, pesquero, minero, manufacturero, entre otros, que encabezaron record en la lista BCN, como productos exportados según su actividad económica. Estas alcanzaron una tasa de crecimiento del 10 por ciento con respecto al año anterior, y que representan el 22 por ciento del PIB del país.

#### Gráfico III. 3: Exportaciones FOB por año



Elaboración propia con datos del BCN, sector externo, exportaciones de Nicaragua.

Para el año 2009, el país se recuperaba de la crisis económica y financiera que atravesó la economía de los Estados Unidos, esta se dio debido al colapso que pasó la industria inmobiliaria, la cual alcanzó pérdidas que se venía arrastrando desde el año 2007 y como consecuencia el afecto de liquidez del sistema financiero, obstaculizando el comercio exterior y por ende surge la crisis versátil, provocando que los bancos de inversión tuvieran pérdidas



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



en todo el mundo. La crisis que se dio en el 2008, vino a reducir el comercio exterior afectando tanto exportaciones como importaciones de bienes y servicios. A pesar de las crisis las exportaciones rondaron los US\$ 1,292.80 millones para ese año.

En el 2010 las exportaciones rondaron los US\$ 1,851 millones, crecimiento que alcanzó el 33 por ciento con respecto al año anterior, este se deriva de las exportaciones de la industria manufacturera que sumaron para ese año los US\$ 1,22 millones, y del sector agropecuario que genero ventas por valor de US\$ 330, 522 dólares, los cinco principales productos de mayor aceptación en el mercado internacional de acuerdo a su valor en millones de dólares fueron: café, la carne bovina, al oro, al azúcar y por último al queso.

Para el 2011 se exportaron US\$ 2,264 millones, alcanzó una tasa del 22 por ciento con respecto al 2010, sus ventas comerciales provinieron del sector manufactura con US\$ 1,1 millones sus exportaciones estuvieron concentradas en América del Norte con US\$ 992 millones para los mercados de Estados Unidos, México y Canadá, los principales productos de exportación fueron el café, carne bovina, oro y azúcar. De acuerdo al PIB estas rondaron el 20 por ciento.

En el año 2012 las exportaciones alcanzaron un importante record, con su mayor valor económico exportado a la fecha hasta 2014. Estas exportaciones mostraron un crecimiento del 18 por ciento con respecto al año anterior llegando a exportar los US\$ 2,677.40 millones, a pesar de la caída del precio internacional de café, con una reducción de US\$ 25 por libra de café que se vendía al exterior, el oro rondo los US\$ 107.82 la onza troy, mientras que el quintal de maní creció US\$ 19.49 el quintal. Referentes a valores del PIB estas alcanzaron el 26 por ciento.

Para el año 2013 las exportaciones tuvieron una caída de 10 por ciento con respecto al año anterior, esto se debió a la caída de los precios internaciones, en productos como el café que paso de cotizarse en unos US\$ 198.58 el quintal, a US\$ 163.13 con una caída del 18 por ciento, al igual que otros productos que sufrieron bajas significativas en sus precios, como la onza de oro troy, el quintal de azúcar, entre otros productos que sufrieron bajas significativas en sus precios, los únicos sectores que aumentaron sus exportaciones fueron el sector minero al pasar de 0,43 millones de dólares en el 2012 a 0.44 en el 2013 y el sector pesquero al pasar de 0,128 millones de dólares al 0,13 en este año. Los principales productos de exportación del año anterior sufrieron bajas, pero solo unos pocos que lograron esquivar o que no se vieron afectados por esta crisis de precios fue la langosta, papas, entre otros de menores niveles de exportación.





## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



Para el año 2014 estas sufrieron un importante aumento, que hizo que el valor ascendiera a US\$ 2,634.5 millones, lo que hizo que estas crecieran un 10 por ciento más que el año anterior. El sector que más sobresale en sus cifras económicas, es el manufacturero y el agropecuario, los principales mercados de exportación siguieron siendo los países del norte como Estados Unidos, México y Canadá con US\$ 1,010 millones del total exportado. Los principales productos de exportación fueron: el café, carne vacuna y el oro, concentrando el 5 por ciento del valor total de las exportaciones registradas a la fecha. Los precios de los principales productos sufrieron bajas inesperadas sobre todo el café, oro, camarón de cultivo, bebidas y rones.

### **3.3.1 Principales productos exportados por volumen y valor económico**

#### **3.3.1.1 Exportaciones de mercancías por volumen**

Las exportaciones de bienes que el país comercializa en el exterior en concepto de ventas, y acuerdos comerciales o Tratados de Libre Comercio han tenido una leve reducción en cuanto a su diversificación en la producción, al pasar de 108 productos exportados en el 2010 a 103 productos en el 2014, dejando de exportar 5 productos, según estadísticas de CETREX.<sup>17</sup> El BCN evaluó los 17 productos más exportados en los últimos cinco años. Según el BCN en sus estadísticas anuales hace referencias a los principales productos de mayor exportación anual.

---

<sup>17</sup>Centro de Trámites de las Exportaciones, total de productos exportados, estadísticas.



**Tabla III. 4: Volumen de los principales productos de exportación**

N°	Producto	U/M	2010	2011	2012	2013	2014	Total:
1	Café	qq	2,245.9	1,922.1	2,627.7	2,142.3	2,479.8	11,417.82
2	Carne Vacuna	Kgs	84,133.4	104,528.3	104,004.7	88,683.9	94,364.6	475,714.89
3	Langosta	Oty	1,371.1	1,550.9	1,571.3	1,515.8	1,653.6	7,662.66
4	Oro	qq	179.0	229.7	257.5	309.5	309.5	1,285.15
5	Maní	Kgs	1,465.4	1,623.5	1,684.2	2,044.0	2,259.5	9,076.55
6	Ganado Bovino	qq	17,472.9	13,478.5	12,692.2	25,268.4	20,953.9	89,865.88
7	Azúcar	qq	5,991.6	6,011.6	7,572.8	7,944.9	10,036.8	37,557.72
8	Queso	kgs	26,022.0	30,211.4	32,715.8	32,801.9	32,777.5	154,528.64
9	Frijol	kgs	55,032.4	27,063.3	51,206.8	55,646.0	65,019.4	253,967.87
10	Camarón de Cultivo	kgs	9,747.7	11,343.0	12,445.8	10,167.7	6,632.6	50,336.78
11	Camarón Marino	kgs	1,664.8	1,155.9	1,051.8	743.0	838.8	5,454.38
12	Banano	kgs	20,034.7	8,168.6	9,340.5	9,755.9	22,600.2	69,899.90
13	Harina de Trigo	kgs	13,247.9	13,304.6	12,398.1	13,454.8	13,111.9	65,517.41
14	Café Instantáneo	kgs	3,478.1	3,104.4	2,367.1	2,730.1	2,525.6	14,205.26
15	Tabaco	kgs	767.6	635.2	799.1	398.0	440.1	3,040.10
16	Galletas	kgs	10,880.0	14,017.7	15,498.1	17,768.6	14,568.8	72,733.20
17	Bebidas y Rones	kgs	25,474.5	32,409.2	39,879.8	41,521.1	49,698.2	188,982.80
Total:			279,208.87	270,758.05	308,113.50	312,895.79	340,270.81	1511,247.01

Elaboración propia, con datos del DGA-CETREX (DGA-Dirección General de Ingresos, CETREX-Centro de Trámites de Exportaciones), BCN, sector externo, volumen de los principales productos de exportación.

Las exportaciones de productos agrícolas de Nicaragua llegaron a sumar importantes ganancias al sector agropecuario. De los 17 productos de exportación de mayor importancia y producción en el país, se ha tomado como referencia a los cinco más importantes del país en cuanto a volúmenes de exportación, estos se caracterizan por incremento de su volumen en cantidades constantes. Estos cinco son:

- Carne vacuna.
- Ganado bovino.
- Queso.
- Frijol.
- Bebidas y rones.

### 3.3.1.1.1 Exportación de carne

Las carnes de origen vacuno ofrecen el mismo valor nutritivo. Existen notables diferencias, según se trate de piezas pertenecientes al músculo aislado o con otro tipo de tejido unido a él como la grasa, por ejemplo, o dependiendo de que la res sea joven o vieja. Los volúmenes exportados de carne vacuna alcanzaron los 476 millones de kilos aproximadamente, llegando a obtener cifras económicas por valor de US\$ 2,011 millones. Los volúmenes exportados de carne vacuna alcanzaron los 476 millones de kilos aproximadamente, llegando a obtener cifras económicas por valor de US\$ 2,011 millones.

Esta se envió a 11 mercados principales del mundo, entre los cuales se puede mencionar: Estados Unidos, Venezuela, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Europa, Asia, México y el resto de América Latina, de estos once su principal mercado es Venezuela con volúmenes totales a la fecha por 137 millones kilos superando los US\$ 761 millones, con el 38 por ciento del valor total exportado. Su volumen de exportaciones en kilos ronda el 42 por ciento con respecto a los demás productos, como el frijol, queso, bebidas y ganado bovino.

Claramente se puede apreciar como Venezuela es el principal mercado consumidor de carne vacuna, superado a los Estados Unidos por unos US\$ 125,383 mil. Para el 2010 los volúmenes de carne que salieron del país fueron de 84 millones de kilos, obteniendo el 18 por ciento con respecto al 2009, pero fue en el 2011 que el consumo se disparó a 105 millones de kilos en el mercado internacional, presentando un aumento asombroso del 24 por ciento su mayor cifra por volumen exportado a la fecha.

En el año 2014 el consumo de carne en el mercado internacional alcanzó los 94 millones de kilos, con una tasa de crecimiento del 6 por ciento con respecto al año anterior. A pesar de la crisis del 2013 se siguió exportando carne a los Estados Unidos por valor de US\$198 millones, US\$ 61 millones más que en Venezuela.

**Tabla III. 5: Principales volúmenes de exportación por mercado y precio**

Análisis económico											
Exportaciones por volumen y su Precio 2010-2014											
Nº	Principales mercados	Carne vacuna		Frijol		Bebidas Y galletas		Queso		Ganado	
		Volumen	Precio \$	Volumen	Precio \$	Volumen	Precio \$	Volumen	Precio \$	Volumen	Precio \$
1	Estados Unidos	137469.1	635,390.7	13,909	32,275	9,186	10,910	14,645	56,992	0	0
2	Venezuela	137234.6	760,773.3	50822.6	82,787.1	47758.2	13,261.4	0	-		70,112.4
3	Costa Rica	8,865	49,651	38,777	71,201	43,315	40,096	257	2,366	8,610	17,010
4	El salvador	33216.2	250,552.1	44778.4	53,620.7	7920.6	15,016.4	77071.9	275,264.4	0	1,651.5
5	Guatemala	3230.9	15,354.8	1554.4	1,819.8	7920.6	32,682.2	117.2	5,137.3	23515.3	32,531.4
6	Honduras	0	4,157.4	24077.9	30,126.8	21654.9	18,218.7	15418	40,071.0	7370.3	13,012.4
7	Bolivia		-		0	1159.1	1,545.2		-		-
8	Resto de América Latina	27016.6	185,274.4	9575.9	1,679.8	31393	72,219.6	0	-	3738.7	4,059.7
9	EUROPA	5592	23,478.5	23.5	21.9	3149.9	7,930.8	0	-	0	-
10	Asia	10059.5	73,478.8	0	-	372.7	1,489.3	0	-	0	-
11	Resto del Mundo	9792.3	625.7	266.5	-	13473	39.9	0	-	0	-
12	México	3021.1	11,792.1	59.9	59.4	5466.09	7,759.0	0	-		-
13	Canadá	0	-	70	73.7	1561.6	1,830.3	0	-		-
14	Ecuador		0		-	81	126.8	0	-	8	-
15	Cuba	0.4	-		-				-		-
	<b>Total.</b>	<b>375497.6</b>	<b>2010,528.4</b>	<b>183915.4</b>	<b>273,664.8</b>	<b>194410.99</b>	<b>223,125.4</b>	<b>107509.2</b>	<b>379,831.4</b>	<b>43242.5</b>	<b>138,377.4</b>

Elaboración propia, con datos del DGA-CETREX (DGA-Dirección General de Ingresos, CETREX-Centro de Tramites de Exportaciones), BCN, sector externo, volumen de los principales productos de exportación.

### 3.3.1.1.2 Exportación de ganado bovino

La ganadería ha sido un rubro económico fundamental en las exportaciones de Nicaragua desde hace más de 150 años, en el año 1887 Nicaragua exportó 1,207 cabezas de ganado a los mercados centro americanos y 30,000 libras de cuero de res; actividades que representaron del 10 por ciento de las exportaciones del país. El ganado nicaragüense es predominante por la raza Brahman, cruzado con raza europea como Holstein, pardo suizo, semental entre otros.

El ganado bovino, es uno de los cinco productos con mayores volúmenes de exportación que se consume en el mercado internacional, su demanda es baja en cuanto a volumen rondando el 10 por ciento del total de volumen exportado de los demás productos, pero se consume en 6 mercados de los cuales se puede mencionar a: Venezuela, Costa Rica, El Salvador, Guatemala y resto de América Latina. Llegando a exportarse un total de 91 millones de kilos en cuanto en peso total durante los últimos cinco años, valorados en US\$ 138 millones aproximadamente.

**Tabla III. 6: Exportaciones de carne bovina.**

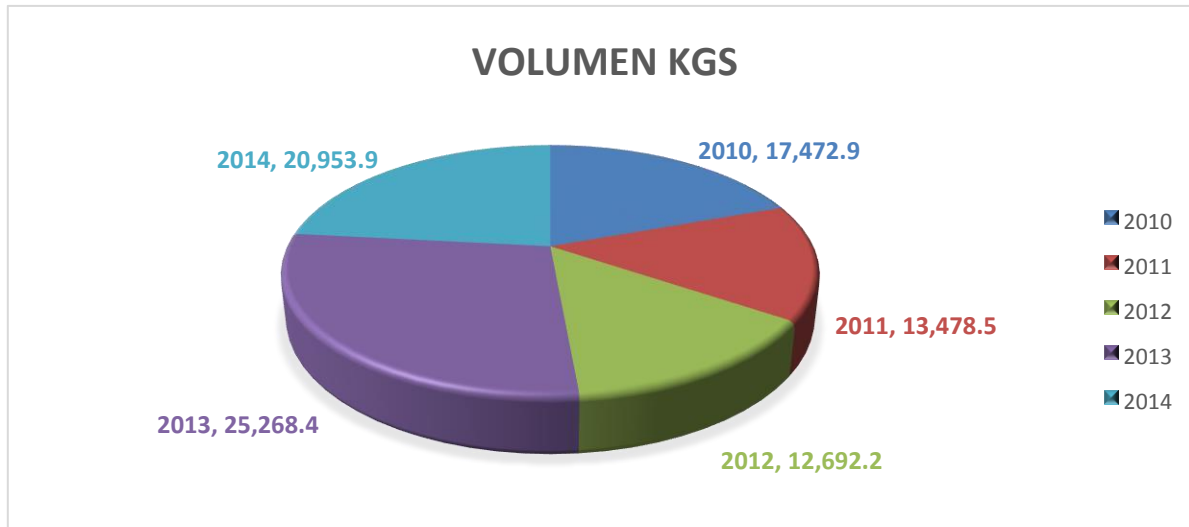
Exportación de carne bobina							
<i>(Valores en volumen y precios 2010-2014)</i>							
Año	U/M	2010	2011	2012	2013	2014	Total:
Volumen kgs	Kgs	17,472.9	13,478.5	12,692.2	25,268.4	20,953.9	89865.9
Precio Millones \$	\$	21.52	18.59	18.58	39.18	40.13	138.0
Precio Kgs/\$	\$	1.23	1.38	1.46	1.55	1.87	7.5

Elaboración propia, con datos del DGA-CETREX (DGA-Dirección General de Ingresos, CETREX-Centro de Trámites de Exportaciones), publicado por el BCN, sector externo, volumen de los principales productos de exportación (2010-2014)

Claramente se puede observar como las exportaciones de carne bovina han crecido en cuanto a volumen se refiere, para el 2010 estas rondaron los US\$17,5 millones, dejando ventas de US\$ 21.52 millones, llegando a obtener un precio por kilo de US\$ 1.23 para ese año, para el 2011 estas exportaciones decrecen en un 23 por ciento llegando a vender 13,5 millones de kilos, viéndose reducida en US\$ 18.59, dejándose de consumir unos US\$ 3 millones aproximadamente. Para el 2012 alcanzaron los 12,7 millones de kilos, viéndose reducidas en un 6 por ciento con respecto al año anterior, estas se vieron reducidas debido a la caída del precio internacional de la carne.

No obstante, en 2013 las cifras exportadas sufren un incremento, al pasar de 12,7 millones de kilos aproximadamente a US\$ 25,3 millones, llegando al 99 por ciento sobre el valor del año anterior, dejando ventas por valor de unos US\$ 38.18 millones, el precio por kilo rondó el US\$ 1.55 el kilo. La mayor exportación la recibió el mercado de Venezuela con el 41 por ciento del valor exportado, llegando a superar ventas por valor de US\$ 19.4 millones.

**Gráfica III.4: Exportaciones de carne bovina en kilos por año**



Elaboración propia, con datos del DGA-CETREX (DGA-Dirección General de Ingresos, CETREX-Centro de Trámites de Exportaciones), publicado por el BCN, sector externo, volumen de los principales productos de exportación (2010-2014)

Para el año 2014 sufrieron una caída de 17 por ciento con respecto al año anterior. Llegando a exportar 20,3 millones de kilos, dejando ventas por los US\$ 40 millones. Venezuela recibió unos 72 millones de kilos aproximadamente, entre enero 2014 al diciembre del mismo año, valoradas en unos US\$ 15 millones. Para este año obtuvo su mejor precio internacional, al pasar de US\$1.55 en el 2013 al US\$1.87, obteniendo un crecimiento a cuanto a precio del 20 por ciento por kilo de carne bovina vendida.

A pesar de la contratación en el mercado nacional y el contrabando, la carne de ganado sigue siendo preferencial al consumidor. Las exportaciones de ganado en porcentajes de acuerdo a volumen durante los últimos cinco años, fueron del 51 por ciento para el mercado de Venezuela ocupando el primer lugar, seguida por Guatemala con el 26 por ciento y en tercer lugar a Costa Rica con el 9 por ciento.

### 3.3.1.1.3 Exportaciones de galletas y bebidas

Las exportaciones de galletas y bebidas han tenido leve crecimiento, pero mayor que el del ganado, a pesar de su bajo desarrollo estas han ocupado nada más que el 7 por ciento de total de las exportaciones por volumen. Nicaragua ha exportado 194 millones de kilos equivalentes a unos US\$ 223 millones en los últimos cinco años, estas alcanzaron un 0.37 por ciento del PIB en estos dos productos demandados en 14 países, principalmente Venezuela, Honduras, Costa Rica, el Salvador y algunos países de América Latina.

**Tabla III. 7: Exportaciones de galletas y bebidas**

Exportación de galletas y bebidas <i>Valores en volumen y precios (2010-2014)</i>							
Año	U/M	2010	2011	2012	2013	2014	Total:
Volumen kg	Kg	25,474.5	32,409.2	39,879.8	41,521.1	49,698.2	188982.8
Precio Millones \$	\$	26.18	29.51	35.02	38.59	44.83	174.1
Precio Kg/\$	\$	1.03	0.91	0.88	0.93	0.88	4.6

Elaboración propia, con datos del DGA-CETREX (DGA-Dirección General de Ingresos, CETREX-Centro de Trámites de Exportaciones), publicado por el BCN, sector externo, volumen de los principales productos de exportación (2010-2014)

Para el 2010 las exportaciones de estos productos rondaron los 25,48 millones de kilos equivalentes a unos US\$ 26,18 millones, estos fueron colocados en mercados como principales como: Costa Rica sobresaliendo con el 10 por ciento, Europa con el 8 por ciento y 1 por ciento para Bolivia, y el 82 por ciento restante en paises de resto de Latinoamérica. El precio por kilo rondó US\$ 41.03 dólares.

Para el 2011 estas alcanzaron los 32,42 millones de kilos sumando los US\$ 29.52 millones, equivalentes al 0.4 por ciento del PIB, estas crecieron un 13 por ciento con respecto al año anterior, se exportaron en mercados de Canadá, México, Bolivia, Honduras, Guatemala y Costa Rica. La mayor concentración de estos productos llegó a mercados de centro américa ocupando el primer lugar de la lista a Guatemala con el 37 por ciento, en segundo lugar, a Costa Rica con el 22 por ciento, y por último a Honduras con el 10 por ciento.

Según datos oficiales del banco central de Nicaragua (BCN), para el 2012 las exportaciones totales alcanzaron los US\$ 2667 millones, con un crecimiento del 18.3 por ciento con respecto al 2011.

Este dinamismo de la economía nicaragüense se vio reflejado en los datos de crecimiento anual, con un 4 por ciento. No obstante, las exportaciones de estos importantes productos

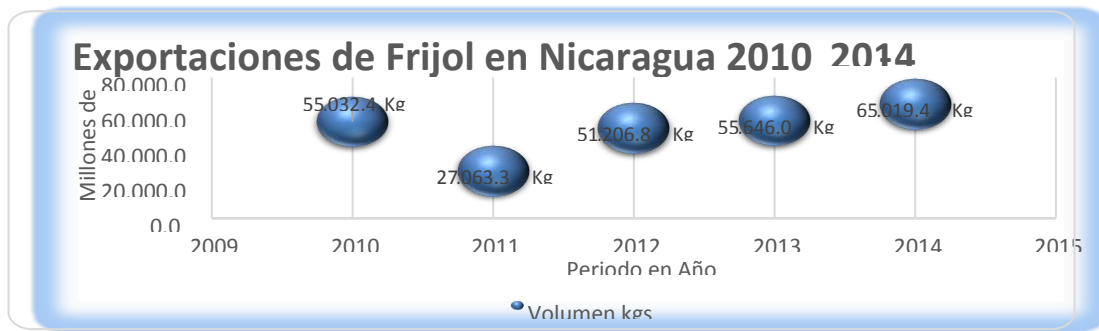
crecieron en el mercado internacional con un volumen de 39,9 millones de kilos, logrando ventas por valor de US\$ 35.02 millones (equivalentes al 1.31%) del total de las exportaciones.

Los mercados a donde viajaron estos productos se clasificaron en 10 mercados de los cuales la mayoría de estas se reportaron el 32 por ciento del volumen en segundo lugar, esta Honduras con 25 por ciento y por último a Estados Unidos con el 23 por ciento. Para el 2013 y 2014 estas ocuparon 12 por ciento con un promedio de 45,7 millones de kilos rondando los US \$83.40 millones, con precio por kilo de US\$ 0.90 por libra.

### 3.3.1.1.4 Exportación de frijol

El frijol rojo es uno de los cuatro productos que mayores volúmenes de exportación presenta con el 18 por ciento ocupando el tercer lugar en la lista, en los últimos cinco años la demanda de este ha crecido lo que hace que las ventas presenten ganancias significativas. Del 2010 al 2014 salieron del país 183,915 kilos, equivalentes a unos US\$ 274 millones, ocupando el 0.46 por ciento del PIB nacional.

**Gráfica III. 5: Exportaciones de frijol por volumen**



Elaboración propia, con datos del DGA-CETREX (DGA-Dirección General de Ingresos, CETREX-Centro de Trámites de Exportaciones), publicado por el BCN, sector externo, volumen de los principales productos de exportación (2010-2014)

Las exportaciones del grano rojo crecieron en 2010 en un 27 por ciento con respecto al año anterior alcanzando los 55 millones de kilos para ese año. Estas ventas al exterior se vieron favorecidas por la demanda y los precios internacionales, y por los diversos Tratados de Libre Comercio que Nicaragua ha firmado con importantes países de la región.

El 2010 fue el tercer año consecutivo del periodo de exportación, en que las ventas superaron los US\$ 59 millones, con el 3 por ciento de las exportaciones totales. El precio internacional del kilo de frijol rondó los US\$ 1.08 equivalentes a unos C\$ 22.83 según tasa



oficial del BCN. Los mercados a los que se exportó frijol fueron Venezuela ocupando el primer lugar en ventas que superaron los US\$ 9,8 millones sobresaliendo con el 31 por ciento del volumen exportado, en segundo lugar, se encuentra Costa Rica con el 25 por ciento y por último a Estados Unidos con el 11 por ciento, el otro 33 por ciento lo ocupan mercados de Guatemala y Honduras.

Pero para el año 2011 las ventas por volumen no corrieron con tan buena suerte, llegando a exportar unos 27 millones kilos, la mayor reducción del grano en el periodo con una reducción 51 por ciento con respecto al año anterior, dejando ganancias reducidas por valor de US\$ 30,2 millones. Claramente se puede observar como las exportaciones sufrieron bajas significativas, a pesar de las bajas en el volumen exportado, el precio por kilo creció en US\$ 1.12.

Esta reducción del volumen exportado se debe a que para el 2011 el frijol sufrió pérdidas considerables, el diario la prensa, en su página web, informa: “La exportación de frijol en riesgo por pérdidas en ciclo apante, las exportaciones nacionales de frijol se ven amenazadas por las pérdidas que ya se registran en el su ciclo de apante, periodo de mayor producción de ese grano, para ese año se estimaron pérdidas de unos 600 mil quintales de frijol,”<sup>18</sup>.

El 2012 las ventas del grano obtuvieron un auge, después de horribles perdidas en la producción, pero tuvo una recuperación favorable, obteniendo una exportación de 51 millones de kilos, considerados en unos US\$ 52 millones, creciendo en un 89% con respecto al año anterior. Es sorprendente como Nicaragua en tan poco tiempo pudo aumentar la producción del grano, no cabe duda que la inversión del gobierno y la cooperación extranjera en la producción, sobre todo en las zonas rurales del país es de primera necesidad.

El precio del kilo de frijol rondó los US\$ 1.01, a pesar de la leve baja del precio internacional las exportaciones crecieron. Pudiera sonar un poco ilógico pero real, el precio el año anterior fue favorable pero el volumen del grano fue bajo repentinamente, mientras que en el 2012 aumenta, pero el precio se fue a la baja, a aquí entra la importancia de la diversificación de la producción y la búsqueda de nuevos mercados que oferten mejores precios sin importar las aspiraciones políticas.

Este incremento de las exportaciones tuvo lugar en 9 mercados internacionales, como: Estados Unidos, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Bolivia, México, Venezuela y Europa, de los que sobresalen, El Salvador con el 35 por ciento del consumo, a Costa Rica con el 32 por ciento y por último a Estados Unidos con el 7 por ciento el restante 16 por ciento en los demás mercados.

---

<sup>18</sup> Diario la Prensa, Exportaciones de Frijol en riesgo de Pérdidas en ciclo apante” 25/01/2011



Del 2013 al 2014 las exportaciones rondaron los 57,2 millones de kilos en promedio, mientras que el consumo generó ventas por valor de US\$ 64 millones por año, el precio por kilo se dio en aumento al pasar de US\$ 0.81 a US\$ 1.24 en el 2014, su crecimiento fue del 17 por ciento con respecto al precio del año anterior, se mantuvo el comercio con mercados de la región. En especial, Estados Unidos, Honduras, El Salvador y Costa Rica ahora su principal mercado, con el 24 por ciento de las ventas. Según datos del BCN en el 2013 se produjeron más de 4 millones de quintales de frijol de los que se exportaron 1,22 millones equivalente al 30 por ciento de la producción nacional, mientras que en el 2014 se produjeron unos 3,51 millones de quintales de los que se exportó 1,4 millones.

### 3.3.1.1.5 Exportación de queso

El queso es un alimento sólido elaborado a partir de la leche de vaca, cabra, oveja, búfala, camello u otros mamíferos rumiantes. Es inducida a cuajarse usando una combinación de cuajo (o algún sustituto) y acidificación.

El queso artesanal o fabricado es uno de los productos que ha reportado mayores volúmenes de exportación en los mercados internacionales, el consumo de este se vio estipulado por el precio internacional. Durante el periodo 2012 al 2014 se exportaron un total de 156 millones de kilos aproximadamente equivalentes a unos US\$ 435 millones, su demanda abarcó unos cinco mercados, tales como: Estados Unidos, Costa Rica, El Salvador, Guatemala y Honduras.

La producción de queso sigue siendo un producto de alta demanda en el mercado tanto interno como a nivel internacional. Las exportaciones de queso en el 2010 se vieron reducidas en 26 millones de kilos, con un déficit del 10 por ciento con respecto al año anterior, generando ganancias de US\$ 69 millones. El precio por kilo rondó los US\$ 2.64.

Para el 2011 la demanda internacional se vio favorecida por la producción tanto artesanal como industrial, lo que provocó una sobreproducción, y los primeros tres mercados a los que se exportó fueron: El Salvador en primer lugar y principal mercado consumidor con 73 por ciento seguido de Honduras con el 16 por ciento y Estados Unidos con 10 por ciento. El precio del kilo rodó los US\$ 2.69 y tuvo un crecimiento de 2 por ciento del que el precio aumentó dos puntos porcentuales, la demanda no disminuyó.

No obstante, la demanda externa se mantuvo en crecimiento debido al bajo nivel de precios, lo que incentivó la oferta por tercer año consecutivo. Las exportaciones del 2012 alcanzaron los 32,7 millones de kilos, llegando a rondar los US\$ 95 millones, su demanda se vio

incentivada por empresarios salvadoreños, que incrementaron sus compras, para su consumo nacional. La demanda internacional posiciona al Salvador con el 74 por ciento de las ventas, en segundo lugar, lo ocupa Honduras con el 14 por ciento y en tercero Estados Unidos con 12 por ciento. La mediana y micro empresa nicaragüense aprovechó la oportunidad de ofrecer el queso fresco al mercado internacional un precio de US\$ 2.90 por kilo. Los valores económicos generados en concepto de ventas fueron equivalentes al 4 por ciento correspondiente al valor total de las exportaciones para ese año. El ritmo de crecimiento de las exportaciones se ha mantenido constante en comparación con los demás países de la región.

La leche es un producto altamente delicado, y su debido procesamiento es de vital importancia para el mercado tanto interno como externo, debe alcanzar los estándares de calidad e higiene fitosanitaria requeridos para su consumo, en Nicaragua hay pocas procesadoras de este vital producto, por lo que la demandada tanto interna como externa se ve limitada.

**Gráfico III. 6: Exportaciones de queso**



Elaboración propia, con datos del DGA-CETREX (DGA-Dirección General de Ingresos, CETREX-Centro de Tramites de Exportaciones), publicado por el BCN, sector externo, valor económico de los principales productos de exportación (2010-2014)

Para el 2013 estas siguieron creciendo alcanzando los 32,8 millones de kilos, se podría decir que su crecimiento fue leve, las ventas se mantuvieron constantes a pesar de la crisis económica e inseguridad en nuestro principal mercado de consumo, Salvador. Dichas exportaciones mantuvieron un crecimiento igual al año pasado, debido a la crisis política y económica en este país la demanda se ve reducida en un 3 por ciento.



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



Para el 2014 estas alcanzaron los 32.77 millones de kilos, (viéndose reducida en 0.10%) a pesar de la crisis con respecto al año anterior, los empresarios salvadoreños reducen su capacidad de compras en Nicaragua debido al bajo desarrollo económico de su país y la inestabilidad fiscal. El valor de las exportaciones de queso en los mercados internacionales rondó los US\$ 96.14 millones lo cual representa una caída del 1.5 por ciento en comparación de los ingresos por ventas generados el año anterior. Para este año se mantiene los tres principales mercados, con un favorable precio por kilo que alcanzó los US\$ 2.92 el kilo. A pesar del bajo volumen exportado, los niveles de precios de los productos a nivel mundial siguen favoreciendo los niveles de exportación del país.

Se observar como la demanda internacional de los diferentes productos antes mencionados se ve constante, pero la producción de estos se ve limitada, el queso es el único producto que posee un mercado tan reducido, que se demuestra incapaz de recuperarse ante cualquier crisis internacional, ya que depende en su totalidad del Salvador como principal mercado consumidor, a pesar de los bajos niveles de inestabilidad y baja producción interna que presenta el país.

#### **3.3.1.2 Exportaciones de mercancías por valor económico**

Las exportaciones de mercancías, según BCN (2005): Son transacciones que comprenden las transferencias de propiedad de un bien de un residente a un no residente. Estas transacciones deben ser registradas por la aduana en términos FOB (Free On Board), e incluyen el transporte de los bienes a la frontera aduanera, gravámenes a las exportaciones y gastos de carga de las mercaderías. Asimismo, las exportaciones son examinadas por origen de la producción (productos agropecuarios, pesqueros, mineros y manufacturados) y por mercados de destino.

**Tabla III. 8: Productos de exportación por valor económico**

Valor económico de los principales productos (Millones de dólares)								
N°	Producto	2010	2011	2012	2013	2014	Total:	Promedio
1).	<b>Café</b>	341.60	429.29	521.82	349.47	395.50	<b>2,037.69</b>	<b>407.54</b>
2).	<b>Carne vacuna</b>	307.63	427.02	451.35	383.84	448.03	<b>2,017.87</b>	<b>403.57</b>
3).	<b>Langosta</b>	40.43	45.95	43.86	44.48	49.47	<b>224.18</b>	<b>44.84</b>
4).	<b>Oro</b>	208.26	352.28	422.80	431.59	385.80	<b>1,800.73</b>	<b>360.15</b>
5).	<b>Maní</b>	61.81	96.10	132.52	102.93	115.06	<b>508.41</b>	<b>101.68</b>
6).	<b>Ganado Bovino</b>	21.52	18.59	18.58	39.18	40.13	<b>137.99</b>	<b>27.60</b>
7).	<b>Azúcar</b>	126.82	156.33	194.94	175.96	207.52	<b>861.57</b>	<b>172.31</b>
8).	<b>Queso</b>	68.74	81.41	94.72	94.69	96.14	<b>435.70</b>	<b>87.14</b>
9).	<b>Frijol</b>	59.37	30.24	51.77	44.82	82.93	<b>269.13</b>	<b>53.83</b>
10).	<b>Camarón de cultivo</b>	48.73	55.55	61.22	62.74	39.65	<b>267.90</b>	<b>53.58</b>
<b>Total:</b>		<b>1,284.91</b>	<b>55.55</b>	<b>1,993.57</b>	<b>1,729.70</b>	<b>1,860.23</b>	<b>8,561.17</b>	<b>1712.23</b>

Elaboración propia, con datos del DGA, CNDC/ENATREL, publicado por el BCN, sector externo, tabla VII-2, productos principales en millones de dólares.

Después de analizar las exportaciones por volúmenes, también se encuentran aquellas exportaciones de mercancías que han sido las que mayor valor económico han aportado a la economía del país, sobre todo a su PIB. Según estadísticas del BCN, en su portal web reflejan los principales productos que presentan mayor valor económico en el país y que mayor demanda ha tenido en el mercado internacional, llegando a exportar cifras que alcanzaron los US\$ 1712.23 millones por año.

Nicaragua comercializa al mercado externo un sinnúmero de productos, que representan el 65 por ciento del valor de las exportaciones y el 14 por ciento del PIB. La Organización Mundial del Comercio reconoce a Nicaragua como una economía abierta al consumo internacional y al buen manejo de los TLC, firmados a la fecha. Los productores y empresarios nacionales se han dado a la tarea de cultivar y producir en manera conjunta diferentes productos que se exportan al mercado internacional y también para el consumo interno, con el apoyo del estado y la banca privada.

**Tabla III. 9: Principales productos exportados por valor económico**

Exportaciones FOB (Millones de dólares)							
Nº	Producto	2010	2011	2012	2013	2014	Total:
1).	Café	341.6	429.29	521.82	349.47	395.5	2037.68
2).	Carne Vacuna	307.63	427.02	451.35	383.84	448.03	2017.87
3).	Oro	208.26	352.28	422.8	431.59	385.8	1800.73
Total		857.49	1208.59	1395.97	1164.9	1229.33	5856.28

Elaboración propia, con datos del DGA, CNDC/ENATREL, publicado por el BCN, sector externo, tabla VII-2, productos principales en millones de dólares.

Estos tres productos han generado ventas por valor de US\$ 5,856.28 millones en lo que va de los últimos cinco años, con un promedio anual de unos US\$ 1,952 millones, el precio promedio anual de estos ha sido de cinco por ciento, los precios han tenido bajas significativas que han reducido el nivel exportable de estos tres productos en los diferentes mercados internacionales de consumo como Estados Unidos, Venezuela, El Salvador, Honduras, México, entre otros.

### 3.3.1.2.1 Exportaciones de café

El café se considera como un producto básico, de gran importancia para la economía mundial hasta el inicio de la "crisis del café" internacional, era el segundo producto con más valor del mercado después del petróleo. Este grano se produce en más de 70 países alrededor del mundo, de los cuales 45 son miembros de la Organización Internacional del Café (OIC), que en conjunto representan el 97 por ciento de la producción mundial de café.

En todo el mundo aproximadamente, veinticinco millones de campesinos productores dependen directamente de su cultivo para subsistir, en tanto otros setenta y cinco millones de personas se ocupan en las tareas de su manipulación y comercio, de más de 50 países en desarrollo y en más de 5 millones de fincas, que abarcan un área de 10.21 millones de hectáreas para el 2007, dedicadas al cultivo de café en el mundo.

Nicaragua ha exportado café a 53 mercados internacionales, entre ellos tenemos: Alemania, Arabia Saudita, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Chile, China, Costa Rica, Dinamarca, Egipto, El Salvador, Emiratos Árabes Unidos, España, Estados Unidos, Estonia, Finlandia,



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



Francia, Grecia, Guatemala, Holanda, Hong Kong, India, Honduras, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Jordania, Corea del sur, Kuwait, Letonia, Marruecos, México, Namibia, Noruega, Nueva Zelanda, Panamá, Portugal, Reino unido, Federación rusa, Saudita arabia, Singapur, República siria árabe, Suecia, Suiza, Suráfrica, Taiwán, Venezuela, Vietnam, República Siria, según datos estadísticos del BCN y DGA.

De estos principales mercados sobresalen tres de los más importantes, de los cuales son los mayores consumidores del grano puro que comercializa Nicaragua, entre ellos tenemos a Estados Unidos con US\$ 867 millones en lo que va del periodo, en segundo lugar, a Venezuela con US\$ 267 millones y en tercer lugar a Bélgica con unos US\$ 159 millones y juntos representan económicamente el 10 por ciento del total de las exportaciones registradas y el 2 por ciento del PIB.

Estados Unidos representa el principal destino comercial de Nicaragua y a la vez el principal mercado de consumo masivo grano de café oro. Se han registrado ventas por valor de unos US\$ 867 millones del 2010 al 2014.

Para el 2010 las transacciones comerciales dejaron buenas ganancias que rondaron por encima los US\$ 151 millones, y a la vez registraron un alza en las ventas del 42 por ciento con respecto al periodo anterior. El consumo de café nicaragüense se ha convertido en un producto esencial para el mercado estadounidense y con una alta demanda en su consumo interno.

El 2010 fue un año de excelente estabilidad económica para el país, lo cual logro que las ventas se incrementaran, pero el 2011 lo fue aún mejor, estas alcanzaron los US\$ 177 millones, cifras que presentaron el 17 por ciento de consumo de café en el mercado americano. La demanda de consumo del grano se debió al incremento del precio internacional del café, que registraron un alza del 47 por ciento, este permitió a que los productores colocaran su producto en los distintos puestos de compra de los Estados Unidos A pesar del incremento en el precio, las ventas al exterior no dejaron de realizarse las exportaciones totales de café para el presente año se incrementaron en un 26 por ciento con respecto al año anterior.

**Gráfica III. 7: Consumo de café a Estados Unidos**



Elaboración propia, con datos del DGA, CNDC/ENATREL, publicado por el BCN, sector externo, tabla VII-2, productos principales, en porcentajes del total exportado a E.E.U.U por año (2010-2014)

Para el año 2012 las exportaciones mantuvieron su crecimiento, pero no al ritmo esperado, logrando alcanzar los US\$ 197 millones que se estimaron en un 11 por ciento con respecto a las ventas de café en el mercado de los Estados Unidos del año anterior. La demanda internacional del café crece por tercer año consecutivo a favor de la economía nacional, a pesar de que el precio de este callera en un 18 por ciento situándose en unos US\$ 198.58 el quintal, debido a la caída el precio la demanda de café se contiene y deciden abstenerse y consumir poco.

Del 2013 al 2014 las exportaciones alcanzaron los US\$ 152 millones, presentando una caída del 23 por ciento con respecto al año anterior, la demanda se contiene, y las exportaciones del grano se vieron reducidas por la baja internacional del precio en la que indica su mayor baja en el transcurso de los años reportando una caída del 18 por ciento cifra que impide la venta del grano por los bajos precios. Las ventas del exterior dependen del precio que este estipulado y que es fijado en el mercado internacional y sobre el cual Nicaragua no mantiene ninguna potestad sobre este, muchos de los productores nicaragüenses para este año decidieron no exportar y dedicarlo al consumo nacional.

La enfermedad de la roya vino a perjudicar la producción del grano en las fincas de los diferentes productores a nivel nacional. Pero una institución financiera dedicada la facilidad del crédito empresarial y agropecuario del país, decide invertir en las áreas verdes del país y



en la parte agropecuaria en especial el rubro del café. “Banpro en su portal web<sup>19</sup> publica: “Banpro destina US\$25 millones a través de sus créditos de líneas verdes para la renovación del café en varios departamentos del país. La cartera crediticia en este departamento está dirigida al sector agropecuario, destacándose el café”, “tenemos habilitados poco más de 90 mil quintales de este rubro, lo que significa más de US\$8 millones para capital de trabajo. Con el programa líneas verdes se han colocado US\$1.5 millones para la renovación del café”, señaló Erick Leiva, gerente de la sucursal Banpro Jinotega”.

El precio de producción es el regulador del mercado en la sociedad capitalista de competencia, explica la relación fundamental sobre la cual se cambian las mercancías. Este precio está basado en los costos de producción. Por lo visto el precio del café no se mantiene constante en el mercado internacional lo cual ha conllevado a reducir su producción.

Del 2014 al 215 las exportaciones al mercado de los Estados Unidos registraron un alza relevante del 25 por ciento con respecto al año anterior, las ventas alcanzaron los US\$ 190 millones. Estas debieron por la recuperación de la producción y la reimplantación de café, que para el 2013 se vio reducida por la enfermedad de la roya. Las transacciones comerciales de Nicaragua con los Estados Unidos en lo que respecta a la venta del grano de café obtuvieron un incremento del 13 por ciento sobre el total de las exportaciones enviadas a diferentes partes del mundo.

Para este año se exportaron aproximadamente unos 2,500 quintales de café al comercio internacional, el precio de este se vio reducido en 2 por ciento con respecto al precio del año anterior, alcanzando a unos US\$ 159.07 el quintal de café.

### **3.3.1.2 Exportaciones de carne vacuna**

Las exportaciones de carne han roto record en Nicaragua, tanto en volúmenes como en precio en lo que va de los años 2010 al 2014. Estas han alcanzado el segundo lugar como mayor producto exportado en lo que va de los cinco años. Las ventas alcanzaron un total US\$ 2,018 millones, ocupando el 15 por ciento de las transacciones comerciales realizadas para ese periodo y nada más que el 3 por ciento del PIB. Los mataderos y empresarios nacionales se han puesto a la tarea de elevar al máximo sus volúmenes de exportación, pero a la vez, poseen un cierto tipo de temor en cuanto a los precios internacionales, ya que han tenido un proceso inflacionario constante.

---

<sup>19</sup> (<http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/331402-banpro-destina-creditos-verdes-renovar-cafe>).





## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



Las ventas de carne en los mercados internacionales fueron enviadas principalmente a unos once países, entre los que sobresalen: Estados Unidos, Venezuela, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Europa, Asia, México y el resto de América Latina.

Para el año 2010 la actividad económica registro un crecimiento anual de 4.5 por ciento, según datos estadísticos del BCN. Este resultado estuvo asociado principalmente, a la recuperación de la economía mundial, evento que conllevó a un incremento de las exportaciones y a la generación de impulsos en la demanda interna, en un ambiente de estabilidad económica. Las ventas comerciales de carne al mercado de los Estados Unidos cerraron operaciones por encima de los US\$ 37 millones, al calzando un margen significativo de incremento del 33 por ciento para los empresarios nicaragüenses productores y comercializadores de carne.

Las ventas no solo generaron ganancias, sino que también se colocan en el segundo bien económico después del café en abarcar el 12 por ciento de las transacciones comerciales registradas en el año. Por el lado del precio, la libra de carne vacuna se comercializó en US\$ 3.66.

Para el año 2011 la demanda de carne vacuna se incrementó en un 39 por ciento con respecto al año anterior, este aumento repentino provocó que el valor exportado llegara a unos US\$ 427 millones de dólares aproximadamente, cabe destacar que este crecimiento es el mayor en lo que va del periodo. A pesar de que el precio de la carne se incrementó, el consumo de esta no se detuvo, para este año el kilo de carne se comercializó en unos US\$ 4.09, cifra que registró un 12 por ciento con respecto al año anterior. El principal mercado consumidor para este año fue Venezuela, se exportaron un total de 34.7 millones de kilos de carne, que sumaron aproximadamente unos US\$ 17 millones.

Para el 2012 el PIB de la economía nacional registro una tasa de crecimiento de un 5.2 por ciento, esto se debió al incremento de la inversión privada y la facilidad del crédito agropecuario e industrial. A pesar del aumento del PIB, las exportaciones de carne sufrieron una baja inesperada, al llegar en un 6 por ciento con respecto al año anterior, la mayor caída por valor económico en lo que va del periodo. Por el lado del precio, esta sufre una baja del 50 por ciento con respecto al año anterior, al pasar de (12% en 2011 al 6% 2012). Sus principales mercados de consumo para este año fueron Venezuela y Estados Unidos.

El mercado venezolano ha consumido el 46 por ciento del total comercializado, llegando a comprar unos 47,4 millones de kilos de carne y los Estados Unidos han consumido unos 34,4 millones de kilos equivalentes a unos US\$ 12,6 millones de dólares. Estados Unidos ocupa el 33 por ciento del mercado internacional.



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



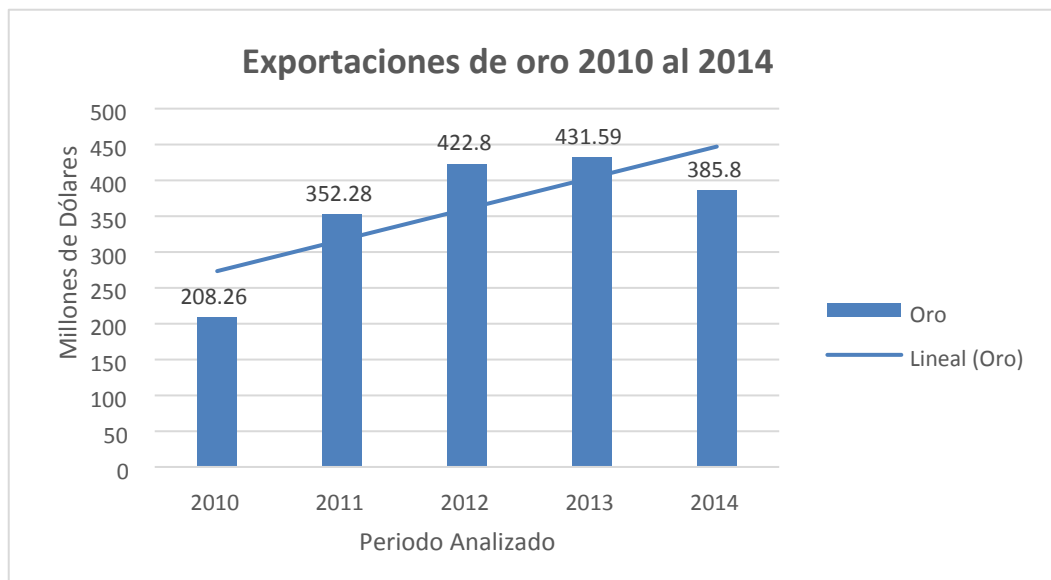
Llega el año 2013 y con un panorama no favorable para la economía nacional, durante el año la economía nicaragüense continuó presentando un desempeño positivo, caracterizado por el crecimiento económico y el empleo, pero por el lado de la balanza comercial (sufre una baja del 2 % del 2012-2013), además de ser deficitaria, las exportaciones de carne sufren una caída inesperada del 15 por ciento con respecto al año anterior, al llegar a colocar ventas por encima de los US\$ 349 millones. Esta baja se debió por la reducción de los precios de los principales productos de exportación y el por el desempeño mixto de las principales economías industriales y emergentes.

Para el 2014 la demanda internacional de consumo de carne se incrementa y las ventas llegan al 17 por ciento con respecto al año anterior, colocando valores económicos por encima de US\$ 448 millones, los países a los se exportan siguen siendo Venezuela y los Estados Unidos en segundo lugar. Claramente se puede observar una recuperación de la actividad económica, y un mejor precio internacional al tener una subida del 8 por ciento, pesar de esto las exportaciones crecieron y al igual que el precio.

#### **3.3.1.2.3. Exportaciones de oro**

El oro es un material precioso y muy valioso en el mercado, este es el tercer producto con mayor demanda externa, en los años 2010 al 2014. Las ventas registradas del oro en el mercado exterior llegaron a los US\$ 1,801 millones, estas cifras han significado el 14 por ciento del PIB de Nicaragua en lo que va del periodo, mientras que si se compara con las exportaciones registradas a la fecha estas llegan a superar el 3 por ciento.

**Gráfico III. 8: Exportación de oro en Nicaragua**



Elaboración propia, con datos del DGA, CNDC/ENATREL, publicado por el BCN, sector externo, tabla VII-2, productos principales en millones de dólares, exportaciones de oro (2010-2014)

Según estadísticas de DGA, el precio promedio de la onza troy de oro rondó los US\$ 1,394.27 alcanzando una variación en el alza de este del 9 por ciento. Se realizaron ventas por valor de unas 257 mil onzas troy por año.

La economía mundial, en 2010, se recuperó de la crisis económica internacional mostrando una recuperación superior a la esperada, impulsada por las mayores exportaciones de bienes y servicios de las economías emergentes y en desarrollo, compensando el modesto crecimiento de las economías avanzadas.

Las exportaciones de oro para el año 2010 ascendieron en unos US\$ 208.26 millones, dicho cambio se debió a la demanda se vio incrementada por el alza en el precio de este, que se elevó US\$ 1,163 por cada onza troy, para este año se exportó un total de 179 mil onzas troy. El oro sigue siendo unos de los principales productos exportados a la fecha después de la carne vacuna. Las ventas del oro llegaron al 11 por ciento de las exportaciones.

Para el año 2011 los volúmenes exportados de la onza troy fueron de 229 mil, con una tasa de crecimiento del 28 por ciento con respecto al año 2010, y con un valor económico de unos US\$ 352.28 millones, las ventas para este año mantuvieron un ritmo de crecimiento favorable para la economía nacional alcanzando un 69 por ciento con respecto al año anterior. Las ventas del oro se mantuvieron en 16 por ciento con respecto al total de las exportaciones.

La comercialización del oro en el mercado internacional ha significado un gran aporte para la economía nacional sobre todo para la inversión extranjera que es dueña de la mayoría de las empresas mineras en el país, sus volúmenes han sido valorados por DGA y BCN y han llegado a aportar un 4 por ciento del PIB.

En 2012, el contexto intencional se caracterizó por una serie de factores que afectaron el comportamiento de la actividad económica y el dinamismo de los precios de las materias primas. A pesar de la incertidumbre por la que atravesaba la zona euro y los Estados Unidos como principal mercado consumidor de nuestras exportaciones.

Las ventas de oro en el mercado externo para el año 2012 llegaron a unos US\$ 422.8 millones de dólares con un crecimiento del 20 por ciento con respecto al año anterior, la demanda de este se vio en aumento debido al crecimiento del precio internacional de la onza troy al pasar de US\$ 1,533.92 en el 2011 a US\$ 1,641.74 en el 2012, claramente se puede observar una brecha del 32 por ciento con respecto al año anterior. Las ventas por volumen de oro llegaron a unos 257.5 mil onzas troy, el oro nuevamente se vio impulsado por su precio atractivo en los mercados internacionales.

Durante el 2013 la reciente crisis financiera internacional trajo consigo la reducción de precios en los principales productos de exportación y por ende el desempeño mixto de las principales economías industriales y emergentes. La búsqueda del tan ansiado oro en Nicaragua por medio de las empresas mineras, la mayoría financiada internacionalmente, ha elevado las ventas como ningún otro producto en la región, por su alta demanda internacional y su alto valor económico.

Las ventas de oro en el mercado internacional alcanzaron ingresos por encima de los US\$ 431.59 millones, lo que significó una caída del 2 por ciento con respecto al año anterior. El resultado de la demanda externa neta fue consistente con la recuperación de la economía mundial en la segunda mitad del año. El consumo externo para el presente año alcanzó el 18 por ciento del total de las exportaciones realizadas. La industria minera del país aporta el 4 por ciento al PIB en concepto de ingresos por venta.

A pesar de que la economía creció 4.7 por ciento (4.5 % 2013), la industria minera atravesó la peor baja en las ventas de oro. Estas superaron los US\$ 386 millones, estas cifras alcanzaron una caída del 11 por ciento con respecto al año anterior, esta caída se debió a la baja internacional del precio de la onza troy de oro que se comercializaba en el 2013 US\$ 1294.5 a US\$ 1252.61 en el 2014, con una baja de US\$ 142, la oferta se redujo y los volúmenes exportados también. La demanda de oro ha alcanzado el 15 por ciento de las ventas comercializadas en el mes, estas han logrado superar el 3 por ciento del PIB del país.

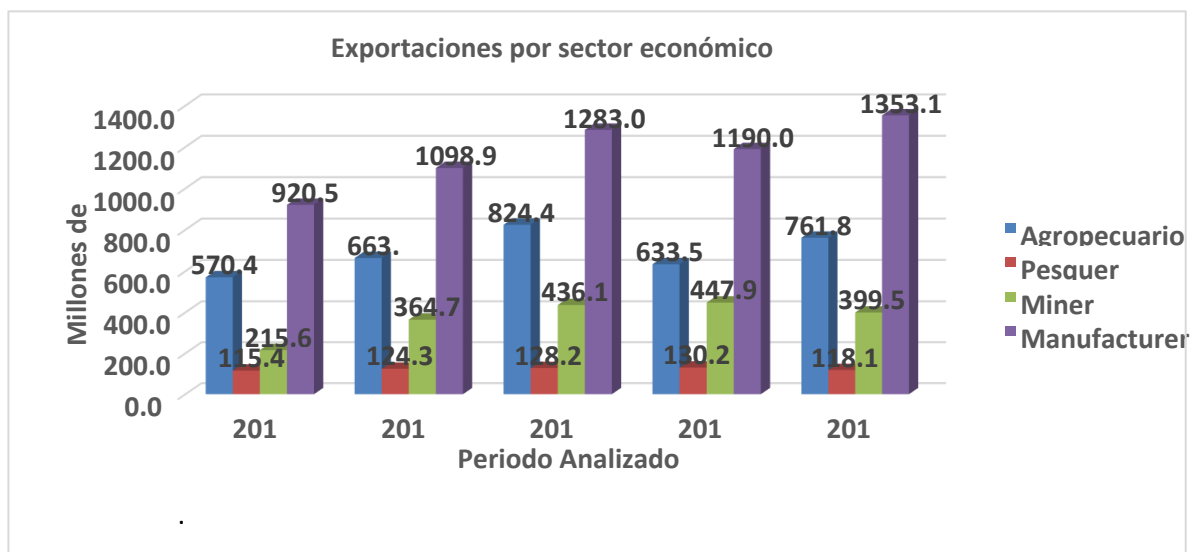
La industria minera de Nicaragua ha percibido ingresos por encima de US\$ 1,801 millones en lo que va de los cinco años, ingresos que han contribuido a la creación de empleos y nuevos puestos de trabajo para la población. Por un lado, se podría decir que este ha sido el tercer producto mayormente comercializado en el mercado externo, después del café y la carne vacuna. No obstante, este no se deja de comercializar por su alta demanda internacional, y que además ha mejorado dividido a los diversos Tratados de Libre Comercio que se han firmado en los últimos años.

### 3.4 Exportaciones por sector económico

Nicaragua ha registrado un importante crecimiento en su economía, en los últimos años el PIB alcanzó un promedio anual de US\$ 10,322.80 millones lo cual logro agilizar la economía. Al crecer el PIB, también lo hicieron las exportaciones, que rondaron los US\$ 2,365 millones, no ha así las importaciones que han mostrado ser una necesidad vital para el consumidor nacional, y que a la vez permite que la balanza comercial sea de carácter deficitaria.

Los sectores económicos que mayor dinamismo han inyectado a la economía nacional son: el sector agropecuario, pesquero, minero y manufactura. Estos han agregado valor al PIB Por un total de US\$ 11,828.04 millones en lo que va del periodo.

**Gráfica III. 9: Exportaciones por sector económico**



Elaboración propia, con datos del BCN, DGA. Dirección General de Ingresos, exportaciones por sector económico, con datos en millones de dólares (2010-2014)

El sector económico que mayor valor ha aportado a la economía, es el sector manufacturero, que ha generado ventas por encima de los US\$ 5,846 millones del 2010 al 2014, esta demanda ha sido generada por las industrias textiles, bebidas y rones, entre otros productos que menor demanda han generado al mercado internacional.

### **3.4.1 Exportaciones del sector manufacturero**

La actividad económica del país se vio recuperada durante el segundo trimestre, la actividad económica se aceleró 2.6 puntos porcentuales, la mayor aceleración durante el año, impulsada por las exportaciones y la absorción. En respuesta, se observó la recuperación de la mayoría de las actividades productivas, particularmente un repunte en el sector manufacturero. El sector manufacturero de Nicaragua, es el que más aporte al brindado a la economía del país con una producción anual promedia de US\$ 1,415.69 millones.

La producción del sector manufacturero ha alcanzado un total US\$ 7,078.47 millones en los últimos cinco años de los cuales se exportaron unos US\$ 5,845.75 millones, lo cual significa que la producción fue favorable y que le permitió al país exportar el 82 por ciento de su producción nacional dejando el 18 por ciento para el consumo nacional.

La comercialización del sector manufacturero en los mercados internacionales como Estados Unidos, México, Canadá, Costa Rica, Honduras, Venezuela, entre otros ha logrado inyectar a través de las exportaciones unos US\$ 1,169.15 millones, este ha alcanzado una tasa promedia anual de 11 por ciento.

Para el 2010 a pesar de la crisis económica financiera internacional, las exportaciones de zonas francas no cerraron operaciones, y decidieron exportar unos US\$ 920.56 millones equivalentes a unos C\$ 20,104 millones de córdobas, correspondientes a la tasa oficial promedia del presente año. La comercialización del sector mostro índices positivos, por el lado del PIB estas alcanzaron el 11 por ciento (equivalentes al 50 % del total), a medida que crece el PIB, también lo hizo la producción, este mostro cifras significativas que permitieron poder comercializar el 76 por ciento de la producción.

El 2011 mostro una recuperación favorable para la economía nacional, permitiendo que el sector manufacturero obtuviera una tasa de crecimiento del 20 por ciento con respecto al año anterior (equivalentes al 49% del total). El sector manufacturero continuó siendo el más sobresaliente de entre los demás sectores con una exportación de US\$ 1,099 millones aproximadamente, equivalentes al 83 por ciento de la producción nacional.



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



Por el lado del PIB, se mantuvo en 11 puntos porcentuales, lo cual permitió que su crecimiento se desarrollara favorablemente, logrando alcanzar una posición muy relevante en las exportaciones ya que estas se dieron con normalidad después de la reciente crisis financiera que se dio en algunos mercados europeos.

Para el 2012 las exportaciones del sector manufacturero ascendieron a unos US\$ 1,283.08 millones, con una tasa de crecimiento de 17 por ciento con respecto al año anterior (equivalentes al 48% del total). La producción nacional del sector ascendió a unos US\$ 1,435.59 millones, de los cuales el 89 por ciento de esta fue comercializada en los mercados internacionales. La demanda de productos alimenticios manufacturados como la carne, la azúcar, el queso, harina de trigo, galletas, helados, entre otros.

En comparación con el PIB, las exportaciones alcanzaron un 12 por ciento, con una variación de US\$ 184.16 millones con respecto al año anterior, este crecimiento de 17 puntos porcentuales fue favorecido por la reducción de la inflación, el crecimiento del PIB y de la economía, lo cual permitió que aumentara la oferta nacional, y de esta manera poder cumplir con la demanda internacional.

Para el año 2013 la demanda internacional de productos manufacturados sufre una reducción del 7.2 por ciento con respecto al año anterior, su mayor déficit en el periodo comercializado, esta baja se debió a la reducción de los precios de los principales productos internacionales, lo cual obliga a los empresarios nicaragüenses a reducir la producción nacional en 9 puntos porcentuales. A pesar de la crisis pasajera del 2013 el sector manufacturero de Nicaragua sigue siendo el principal sector que mayor aporta al país. La caída de las exportaciones manufacturadas descendieron en unos US\$ 93 millones, a pesar de esto se mantuvieron en un 50 por ciento del total exportado.

Según datos estadísticos del BCN, en su informe anual 2014, el crecimiento está relacionado por la estabilidad de precios y el aumento del empleo: “Asimismo, manufactura contribuyó con 0.6 puntos porcentuales, como consecuencia de aumentos en la producción, fundamentalmente de carnes y pescados, otros alimentos y la manufactura de maquinaria y equipo de transporte. Otra actividad de buen dinamismo fue la financiera, con un aporte de 0.4 puntos porcentuales debido a mayores colocaciones crediticias y al aumento de los depósitos.” (Informe Anual 2014, Pág.14.)

Durante el 2014, la economía nicaragüense continuó desempeñándose de forma positiva, caracterizada por el crecimiento económico y la estabilidad de precios, por lo que el sector manufacturero alcanzó los US\$ 1,353.12 millones, equivalentes al 14 por ciento con respecto al año anterior (51% del total exportado).



Con respecto al PIB, este alcanzó el 11 por ciento, mientras que por el lado de la producción las ventas de productos manufactureros generadas fueron de US\$ 1,627.59 millones, lo que permitió exportar el 83 por ciento de esta. El crecimiento de las exportaciones con respecto al año anterior fue de unos US\$ 163.05 millones.

### 3.4.2 Exportaciones del sector agropecuario

Según datos del Banco Central de Nicaragua en su Informe Anual del 2010 dice: *La economía mundial, en el 2010, se recuperó de la crisis económica internacional, mostrando una tasa de crecimiento superior a la esperada a principios de año, impulsada por el repunte de las exportaciones de bienes y servicios de las economías emergentes y en desarrollo, compensando el modesto dinamismo de las economías desarrolladas.* (Informe Anual 2010, BCN, pág.16.).

A pesar de la recuperación de la crisis internacional, Nicaragua no dejó de comercializar sus bienes y servicios, en especial el sector agropecuario que ocupa el segundo lugar entre los sectores que mayor valor han generado a la economía nacional. Para el 2010 la producción fue de unos US\$ 1,302 millones, aproximadamente unos C\$ 28,430 millones, al tipo de cambio oficial del BCN al 2010 y calculado al valor promedio anual de la tasa efectiva de cambio anual. De esta producción las empresas decidieron exportar al mercado internacional unos US\$ 570.44 millones, lo cual significa que se consumió el 44 por ciento en el mercado nacional.

Por el lado de la demanda los productos que más demanda obtuvieron fueron: café, azúcar, frijol, queso, tabaco, carne bovina, ganado en pie, se realizaron ventas del 31 por ciento con respecto a la exportación anual.

El 2011 el sector agropecuario sigue ocupando el segundo lugar entre aquellos sectores que mayor dinamismo han generado a la economía nacional. Sus ventas alcanzaron los US\$ 663.7 millones, equivalentes al 16 por ciento con respecto al año anterior, en comparación con el PIB logró el 8 por ciento, por otro lado, se puede comparar con las exportaciones, que rondaron el 31 por ciento. Dichas ventas se generaron por los precios internacionales de los commodities que alcanzaron un alza promedio del 13 por ciento, el producto que mayor variación de precios presentó es el café, seguido del maní y del azúcar. Por el lado de producción se exportaron el 40 por ciento, mientras que 60 por ciento restante fue consumido en el mercado nacional.



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



Para el 2012 la demanda de productos del sector agropecuario generó ventas por encima de US\$ 824.42 millones (el 31% del total), mientras que por el lado del PIB representó el 9 por ciento, para este año obtuvo un incremento del 24 por ciento con respecto al año anterior, que significaron unos US\$ 161 millones de, según datos estadísticos del BCN.

Por el lado de la producción alcanzó cifras del 53 por ciento, lo cual significó que se exportaran más de lo que se produjo para el presente año comercial. A pesar de que los precios internacionales sufrieron bajas significativas, la producción nacional se vendió a un bajo precio, sin importar la demanda del mercado interno que consumió unos US\$ 743 millones. Este inesperado control de parte de la empresa privada como del COSEP, pudo haber provocado escasez nacional, lo cual obliga a los consumidores nacionales a importar carne a precios más favorables en el mercado internacional, como es el caso del pollo americano, que actualmente se comercializa mayormente en los mercados capitalinos y que ha extendido sus puestos en algunos departamentos del país.

Para el año productivo 2013 la economía nacional sigue presentando un desempeño positivo, pero con una reducción económica, la producción fue relevante en todos sus sectores, pero a pesar de esto se produjo una baja significativa tanto a niveles de exportación como a nivel interno. Las exportaciones del sector agropecuario rondaron los US\$ 633.50 millones, con una reducción del 23 por ciento con respecto al año anterior, alcanzando el (26% del total), dicha reducción se dio por los precios de los principales productos de exportación y por el desempeño mixto de las economías industriales y emergentes.

Por el lado la producción el país generó unos US\$ 1,540.58 millones, de los cuales se exportaron el 41 por ciento, y el restante fue para el consumo nacional, la reducción de las exportaciones dejó pérdidas de US\$ 190 millones.

Para el 2014 el mercado internacional empieza a reestablecerse al generar ventas por encima de los US\$ 762 millones aproximadamente, alcanzando el 20 por ciento con respecto al año anterior (el 29% del total exportado). Por el lado de la producción el sector exportó el 43 por ciento, cifra favorable para la estabilidad del mercado interno y la demanda del mercado nacional. A pesar de la reciente crisis del mercado internacional iniciada a finales del 2012 y vista en el 2013, los empresarios nicaragüenses unen esfuerzos para hacer frente a los precios de los principales productos y aprovechan la inestabilidad de los precios para colocar sus productos. Las ventas generadas alcanzaron una variación de unos US\$ 128.

### 3.4.3 Exportaciones del sector minero

La minería en Nicaragua es la obtención de los minerales y otros materiales de la corteza terrestre. También se denomina así a la actividad económica primaria relacionada con la extracción de elementos de los cuales se puede obtener un beneficio económico.

Es el tercer sector de mayor relevancia en el país, generando ingresos por encima de los US\$ 1,864.08 millones de dólares del 2010 al 2014, años en los que el sector ha generado en promedio el 4 por ciento del PIB, y el 26 por ciento de la producción. Las ventas de este han sido generadas en su totalidad por el oro y la plata, el dinamismo del sector estuvo explicado por el reinicio de las operaciones de las empresas, las cuales se han encontrado realizando inversiones en las áreas del territorio nacional con yacimientos mineros considerables.

Para el año 2010 las exportaciones de sector minero generaron ventas de US\$ 215.70 millones (el 12% del total), estas estuvieron dinamizadas por la demanda internacional, a pesar de la reducción de precios. Las empresas extranjeras como el tritón minero S.A, empresa canadiense creada con capital extranjero ha realizado importantes inversiones en el país. Por el lado del PIB generaron ingresos de dos puntos porcentuales. Mientras que por el lado de la producción se generaron unos US\$ 1,213 millones aproximadamente, según datos del BCN.

Llega el 2011, y el sector minero del país sigue desarrollándose a paso lento, el desarrollo minero del país está siendo desaprovechado, esto se debe a la poca inversión extranjera. Pero sigue demostrando que el oro es el tercer producto mayor exportado en el país. Las ventas en el mercado internacional rondaron los US\$ 364.74 millones, con un crecimiento del 69.10 por ciento con respecto al año anterior (el 16 % del total exportado).

Los productos que más se comercializaron fueron: el oro y plata, entre otros de menor aporte económico. Para este año se produjeron un total de 229.70 mil onzas troy de oro equivalentes a unos US\$ 352.30 millones, con un precio promedio de US\$ 1,533.90 la onza troy. Mientras que la plata se comercializó en US\$ 35.10 (Precio promedio), las ventas de esta fueron de US\$ 9.4 millones y los demás productos como, desechos de oro, entre otros comercializados generaron ventas por encima de los US\$ 3 millones.

Para el 2012 la fragilidad financiera internacional correspondiente a los países de la zona euro provocaron la contracción fiscal y las altas tasas de desempleo, fueron estos los factores que más provocaron indicios de inestabilidad en la economía nicaragüense, debido a que las industrias mineras del país están siendo abastecidas por capital extranjero. A pesar de esto las exportaciones rondaron los US\$ 436.14 millones equivalentes al 71.4 por ciento con



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



respecto al año anterior (El 16% del total exportado). La demanda del oro y la plata en su totalidad, lograron aportar al PIB el 4 por ciento.

La extracción minera en el país implica altos costos de producción, por lo que hace difícil su extracción, algunos de los pobladores aun practican la extracción artesanal, con métodos primitivos. La producción de oro fue de unos US\$ 422.80 millones, equivalentes a unas 257.5 mil onzas troy, el precio promedio anual se colocó en US\$ 1,641.70 millones. Mientras que la producción de plata alcanzó los US\$ 11 millones y con un precio promedio anual de 29.07. La comercialización de oro y plata en su totalidad sigue siendo el tercer producto mayormente demandado a nivel internacional, por ser un oro competitivo y de buena calidad. El sector minero se coloca en el tercer sector de mayor aporte a la economía nacional.

Llega el 2013 con los indicios de una peña inestabilidad económica internacional generada por la reducción de los precios de los principales productos de exportación. A pesar de las bajas exportadas en los demás sectores, el sector minero fue el que mejor supo aprovechar la brecha, generando ventas por encima de los US\$ 448 millones aproximadamente, a pesar de la baja en su precio internacional. Sus volúmenes exportados alcanzan el 2.7 por ciento de crecimiento con respecto al año anterior (19% del total exportado).

Por el lado de la producción se generaron unos US\$ 1,628 millones aproximadamente. La variación económica con respecto al año anterior fue de unos US\$ 12 millones. A pesar de la baja en el precio internacional de la onza troy, la reducción del novel exportado no se logra determinar con claridad hasta el siguiente año.

Las ventas de oro y plata para el 2014 descendieron en unos US\$ 399.55 millones, con una reducción con respecto al año anterior del 11 por ciento aproximadamente (el 15% del total exportado). La baja en el precio internacional de la onza troy de oro, se hizo sentir con pérdidas que alcanzaron los US\$ 48.43 millones. Por el lado del PIB se reflejaron ingresos del 3 por ciento.

Por el lado de producción se generaron un total de US\$1,627.59 millones en concepto de ingresos generados a la economía nacional. Las ventas de oro alcanzaron los US\$ 385.8 millones, con un volumen de 309.5 mil onzas troy promedias en lo que va del año, el precio promedio registrado fue de US\$ 1,246.70 millones. Las exportaciones de plata se colocaron en unos US\$ 8.5 millones, con un volumen de 436.10 mil onzas troy, y que rondaron un precio promedio de US\$ 19.60 la onza comercializada. El sector minero de Nicaragua, sigue siendo un sector muy importante en la economía nacional, sobre todo por sus altos precios internacionales, y por la mayoría de yacimientos mineros pocos explotados, y por lo valioso y numerosos puestos de empleo que ha generado al país.

### 3.4.4 Exportaciones del sector pesquero

Es el sector que menos ingresos genera al PIB, o que menos se exporta a los mercados internacionales, en concepto de compra y venta. Entre los años 2010 al 2011, se comercializaron un total de US\$ 616.38 millones, equivalentes a unos C\$ 14,880 millones aproximadamente, por año se demandaron un promedio de US\$ 123.28 millones americanos. Generando al PIB el 1 por ciento en concepto de ingresos por ventas.

Para el año 2010 las exportaciones de pescado, camarones, langostas, entre otros productos de alta demanda internacional generaron ventas por valor de US\$ 115.41 millones, equivalentes al 6 por ciento del total exportado. Favorecidas en gran medida por la estabilidad de los precios internacionales. El quilo de carne de langosta se comercializó en US\$ 29.48, mientras que el de camarón US\$ 5 y US\$ 5.5. Estas representaron unos 12,628 kilos de carne en todo el año.

Para el 2011 el sector pesquero generó ingresos por valor de US\$ 124.36 millones equivalentes a C\$ 2,855.35 millones, estas crecieron un 7.8 por ciento con respecto al año anterior, mientras que por el lado de las exportaciones totales representaron el 5 por ciento, la demanda internacional no dejó de favorecer a los empresarios nicaragüenses y pobladores que se dedican tanto a la pesca artesanal como a la natural, ya que los precios de los principales productos pesqueros exportados aumentaron su precio. El quilo de langostas se comercializó en US\$ 29.63 para el presente año, mientras que el kilo de camarón se comercializó en US\$ 4.90, este sufrió una baja del 2 punto porcentual con respecto al año anterior. El sector exportó unos 12,784 kilos. Con ingresos superiores a los del año pasado de US\$ 9 millones.

Para el 2012 a pesar de la fragilidad económica que atravesaban algunos mercados internacionales, la demanda de los productos del sector pesquero no se contuvo, y se comercializaron unos US\$ 128.23 millones (5% por ciento del total exportado), con un crecimiento del 3.10 por ciento con respecto al año anterior, y con ingresos superiores a los US\$ 4 millones, sus ingresos totales siguen formando el uno por ciento del PIB. El sector atravesó una baja significativa en cuanto al precio, que rondaron el 6 por ciento.

Para el 2013 las exportaciones del sector rondaron los US\$130.22 millones, equivalentes al 1.5 por ciento con respecto al año anterior (5% del total exportado), y con ingresos menores al 2 por ciento, claramente en este año se puede notar los indicios de una escasez de demanda, que afectara el 2014 como ningún otro año. La demanda se contuvo, a pesar de que el precio obtuvo un incremento del 15 por ciento en promedio anual.



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



En el 2014 se exportó un total de US\$ 118.16 millones, equivalentes a unos C\$3,136.57 millones al precio promedio anual del BCN, con una caída del 9.3 por ciento con respecto al año anterior, la mejor baja en los últimos cinco años. Esta caída se debe a la reciente crisis financiera que ocurrió en el 2013 en los mercados europeos, y que afectó de una u otra manera el mercado nicaragüense. Las pérdidas ascienden a unos US\$ 12.06 millones. Estas exportaciones rondan el 4 por ciento del total exportado.

### **3.5 Exportaciones por aduanas**

Nicaragua es un país productivo a nivel de Centro América, y la mayoría de los productos que se elaboran en el país, pasan por un proceso de seguridad y registro, para luego ser exportados a los diferentes mercados internacionales, para cumplir con su objetivo final, el cual es su distribución y consumo. La mayoría de las exportaciones que se registran y que salen del país, son llevadas por los diferentes puntos aduaneros y fronterizos establecidos. Estos puntos aduaneros, también sirven como zonas fronterizas, creadas por el estado para regular el tráfico tanto aéreo, marítimo y terrestres, sobre las diferentes rutas establecidas. Dichas aduanas también colaboran con la recaudación de impuestos.

**Tabla III. 10: Exportaciones definitivas por aduanas de Nicaragua**

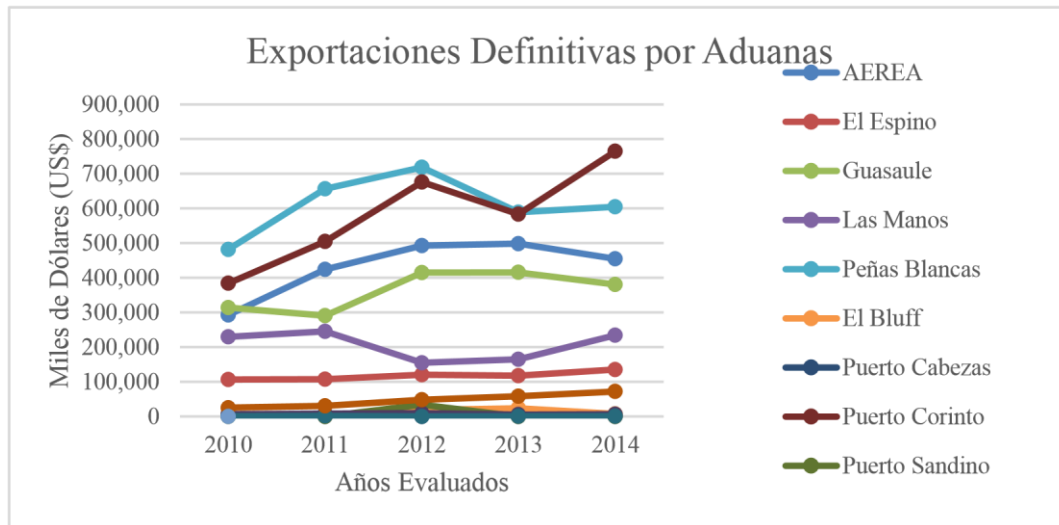
Exportaciones definitivas por aduanas								
<i>(US\$ Miles de Dólares)</i>								
	Aduanas	2010	2011	2012	2013	2014	Total	Promedio
1	AÉREA	293,015	424,063	492,605	498,603	455,112	2163,399	432,680
2	El Espino	106,686	107,263	120,506	117,937	135,525	587,917	117,583
3	Guasaule	313,728	290,669	415,133	415,514	380,727	1815,772	363,154
4	Las Manos	229,987	245,547	154,954	165,022	233,997	1029,507	205,901
5	Peñas Blancas	482,091	657,105	718,614	589,329	604,938	3052,076	610,415
6	El Bluff	4,619	3,054	18,809	23,678	7,389	57,549	11,510
7	Puerto Cabezas	730	5	2	373	351	1,462	292
8	Puerto Corinto	384,182	505,096	676,053	583,252	764,837	2913,420	582,684
9	Puerto Sandino	0	1	34,038	0	1	34,040	6,808
10	San Carlos	6,352	8,566	9,707	5,345	6,902	36,872	7,374
11	Administración de Aduana Managua	1,108	1,824	334	1,116	927	5,308	1,062
12	El Rama (Puerto Esperanza)	25,480	30,385	48,098	58,637	71,985	234,585	46,917
13	Potosí	0	0	0	0	0	0	0
	<b>Total:</b>	<b>1847,979</b>	<b>2273,577</b>	<b>2688,853</b>	<b>2458,806</b>	<b>2662,691</b>	<b>11931,907</b>	<b>2386,381</b>

Elaboración propia con datos de DGA (Dirección general de servicios aduaneros, División de planificación departamento de indicadores y estadísticas).

La dirección general de aduanas reconoce que Nicaragua posee un total 13 aduanas, registradas en diferentes puntos del territorio nacional, entre ellas: aérea, El Espino, Guasaule, Las Manos, Peñas Blancas, El Bluff, Puerto Cabezas, Puerto Corinto, Puerto Sandino, San Carlos, administración de aduana Managua, El Rama (Puerto Esperanza). Por sus puestos se han registrados unos US\$ 11,932 millones, en lo que va del año 2010 al 2014.



**Gráfica III. 10: Exportaciones por aduanas de Nicaragua**



Elaboración propia, con datos de la DGA, Dirección General de Servicios Aduaneros, División de Planificación Departamento de Indicadores y Estadísticas

De los trece puestos aduaneros del país, sobresalen tres, que más han registrado valores económicos en sus oficinas, entre ellas están: aérea, Peñas Blancas y puerto corinto, entre ellas se han registrado unos 5,166 kilos de los diferentes productos exportados, equivalentes a unos US\$ 8,129 millones en lo que va del 2010 al 2014.

La que más ha registrado exportaciones por sus puestos es la aduana peñas blancas, puesto fronterizo con Costa Rica, con un total de US\$ 3,052.8 millones en lo que va del periodo. Actualmente registra un promedio de US\$ 610.4 millones. En segundo lugar, está el puerto corinto, puerto marítimo, con una carga comercial anual promedio de US\$ 583 millones y en tercer lugar aérea que actualmente recibe un promedio anual de US\$ 432 millones de anual.

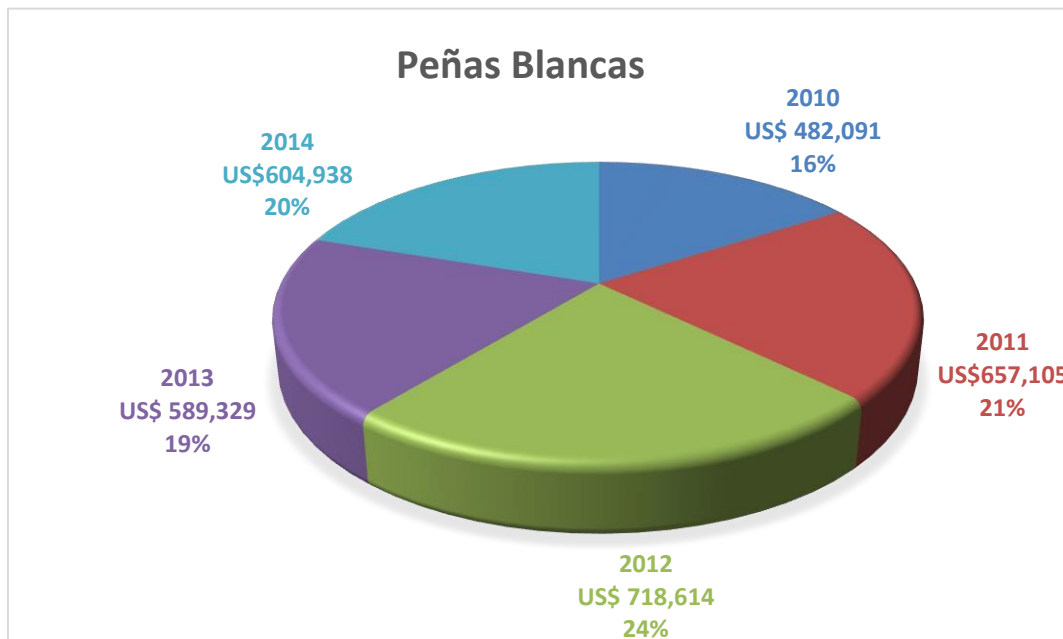
### 3.5.1 Administración de aduana de Peña Blancas

Considerado el mejor en el área centroamericana por su diseño estructural y los sistemas informáticos que se han desarrollado en él, acondicionados para servir en el comercio regional del futuro.

La aduana Peñas Blancas, es el punto de control aduanero más grande en la franja sur de Nicaragua. Igual que las demás aduanas de fronteras, en este punto las autoridades ejercen inspección a las mercaderías y vehículos que se importan, exportan y viajan en calidad de tránsito internacional para realizar las diferentes transacciones comerciales.

Desde este punto el usuario puede nacionalizar mercaderías destinadas a cualquier departamento del país. Igualmente, los viajeros, en calidad de turismo, pueden tramitar los permisos temporales de circulación de vehículos y gozar de los derechos de exoneración de su equipaje, estipulado en la legislación aduanera nacional, para lo que deben declarar ante DGA y activar el módulo de selección aleatoria, según información oficial de DGA.

**Gráfica III. 11: Transacción comercial por año de aduana Peñas Blancas**



Elaboración propia con datos de DGA (Dirección General de Servicios Aduaneros, División de Planificación Departamento de Indicadores y Estadísticas).

Por sus oficinas cruzan unos US\$ 610.42 millones en promedio anual, equivalentes al 26 por ciento del total exportado, es una aduana de carácter terrestre que del 2010 al 2014, ha acumulado unos US\$ 3,052.08 millones que salen del país en concepto de operaciones comerciales.

### **3.5.2 Puerto Corinto**

Puerto marítimo ubicado en el departamento de Chinandega, Igual que las aduanas de despacho terrestre en este punto aduanero las autoridades ejercen inspección a las mercancías, vehículos y contenedores que se cargan y descargan en el puerto. De igual forma, se fiscaliza la importación y exportación de combustibles. Para el arribo de algún embarque, cuando el consignatario lo solicite.

Es uno de los puertos de mayor operación comercial registrada a la fecha, en promedio se exportan unos US\$ 583 millones, sus mayores operaciones fueron en el 2012 registrando un total de US\$ 718.61 millones.

### **3.5.3 Administración aduana Managua (AEREA)**

La administración de aduana de carga aérea, está ubicada en el kilómetro 11, carretera norte en Managua, capital de Nicaragua. Es la encargada de depeccionar y controlar todas las importaciones y exportaciones que se realizan vía aérea a Nicaragua, tales como el equipaje atrasado y cargas por encargo. Esta administración es la única aduana que funciona como frontera aérea en Nicaragua. Actualmente realiza operaciones comerciales que van desde los US\$ 433 millones anuales. Las mayores operaciones comerciales fueron en el año 2013, registrando valores económicos por valor de US\$ 498.60 millones.

## **3.6 Exportaciones de Zonas Francas**

Nicaragua depende en su totalidad de las exportaciones de zonas francas, que en la actualidad representan el 21 por ciento del PIB, y que poseen 153 zonas industriales, destinadas a la fabricación de ropa y a la creación de puestos de empleo. Del año 2010 al 2014 se han comercializado unos US\$ 10,736 millones en los mercados internacionales principalmente los Estados Unidos, generando a la vez unos 97,065 puestos de empleo por año.

Las zonas francas de mayor renombre e importancia económica por sus valores exportados son en total nueve, entre ellas: zona franca Arnecom, zona franca el Bluff, zona franca de Estelí, zona franca Zaratoga, zona franca Industrial, zona franca José Ignacio Gonzales m, zona franca Index, zona franca Astro y zona franca Senika.



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



Para el año 2010 las exportaciones de zonas francas comercializaron unos US\$ 1,630.10 millones de dólares (equivalentes al 15% del total). Este 15 por ciento representa el porcentaje económico exportado en comparación con las exportaciones totales para ese mismo año. Las operaciones comerciales de zonas de francas obtuvieron una variación de 33 por ciento con respecto al año anterior (su mayor aumento en lo que va del periodo). Este aumento se vio concentrado en la capacidad productiva-exportadora del sector industrial en la que alcanzó su punto máximo, al llegar a sobrepasar los US\$ 402 millones. La actividad económica del sector industrial trajo consigo la generación de 77,035 nuevos puestos de empleo para el presente año y concluyo con la operatividad de 125 zonas francas. Las exportaciones de estas empresas ocuparon el 19 por ciento del PIB.

La apertura comercial del 2011 se vio favorecida por la operatividad de 131 empresas a nivel nacional, y la generación de 91,019 puestos de empleo. Este año las zonas francas exportaron unos US\$ 2,108.5 millones aproximadamente (equivalentes al 20% del total exportado). Las ventas en el exterior obtuvieron un crecimiento del 29 por ciento con respecto al año anterior, equivalentes a unos US\$ 478 millones. Los valores comercializados alcanzaron el 22 por ciento de la Producción Interno Bruto.

En el 2012, las exportaciones de zona franca se ubicaron en US\$ 2,144.5 millones, equivalentes a una tasa de crecimiento del 2 por ciento (equivalentes al 20% d. Los sectores que más participaron en el crecimiento absoluto de las exportaciones de zona franca en relación al 2011 fueron arneses, pesqueros, textiles y de tabacos. Esta baja increíble de las exportaciones se vio a la reducción de la inversión extranjera, que provoco una reducción de la producción y a la vez una baja en los niveles exportados.

Esta baja se vio reducida a unos US\$ 36 millones, a pesar de la caída significativa, no impidió la creación y la apertura de nuevas zonas francas, que alcanzaron un total 146 empresas, 15 empresas más que 2011, también se vio dinamizado el empleo al pasar de 91,019 empleos en el 2011 a 102,029 nuevos puestos. Este aumento considerable en el empleo alcanzó el 12 por ciento en materia laboral.

El 2013 fue un año de leve recuperación económica en cuanto a los niveles exportados a la fecha, según datos del BCN, establece, que las ventas alcanzadas para el presente año ascendieron a unos US\$ 2,342.4 millones (equivalentes al 22% del total exportado). Estos datos mostraron un crecimiento del 9 por ciento en comparación con el 2012 equivalente a US\$ 198 millones.



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



Los niveles exportados obtuvieron el 22 por ciento del PIB. Por el lado del empleo las zonas francas mantuvieron 106,102 puestos de empleo, obteniendo un crecimiento del 4 por ciento, que culminó con la creación de 4,073 nuevos puestos de empleo en lo que va del periodo. El sector de zonas francas cerró operaciones de fin de año con 141 empresas, con 5 menos que el año anterior.

El 2014 también sufre una leve reducción en cuanto a valores exportados se refiere. Las ventas comerciales del sector alcanzaron los US\$ 2,510.20 millones (equivalentes al 23% con respecto al año anterior). La demanda internacional de arneses, tabaco, productos textiles, entre otros, obtuvo un crecimiento económico con respecto al año anterior de 7 por ciento. Sus comercializaciones siguen manteniendo el 21 por ciento del PIB.

El año cerró operación es comerciales con un total de 153 empresas, 12 empresas aperturas, en comparación con el 2013. Por el lado del empleo la zona franca mantuvo unos 109,139 puestos, y con la apertura de 3,037 puestos en comparación con el año anterior, ocupando el 3 por ciento dentro del empleo industrial de zonas francas.

## **CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LAS IMPORTACIONES CIF DE NICARAGUA.**

Aborda los temas concernientes a los principales bienes de importación y se refiere a esta como el transporte legítimo de bienes y servicios del extranjero los cuales son adquiridos por un país para distribuirlos en el interior de este. Las importaciones pueden ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales, ya sean de consumos intermedios o finales y de capital, con el fin de analizar dichos bienes para comparar la evolución de gasto y volúmenes de importaciones en los periodos (2010 – 2014) con el fin de medir las incidencias de las principales políticas económicas en lo que términos de importación se refiere.

En lo que se refiere a términos de la balanza comercial, si el valor monetario total de lo que se exporta es menor al valor monetario total de lo que se importa entonces las ganancias son para otros países, eso quiere decir que estos países no son autosuficientes por lo tanto se ven obligados a comprar bienes a otros para suplir sus necesidades. En caso distinto como por ejemplo Japón, al ser una pequeña isla pues tiene que importar la mayor parte de sus productos, pero su industria exporta cosas de alto precio lo cual hace que la balanza se compense a favor.

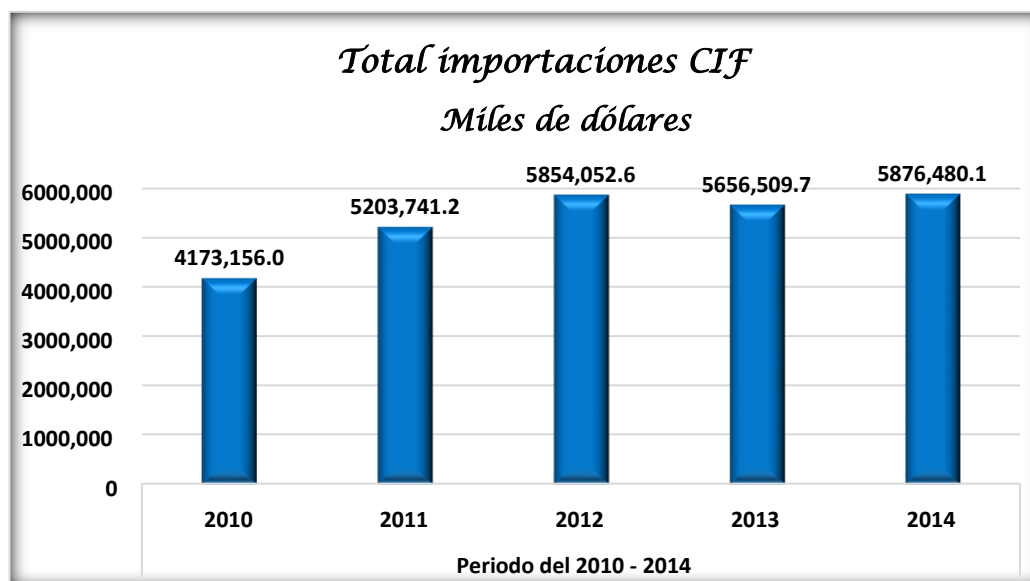
La lógica cabe entonces en que los países deben exportar más de lo que importa con el fin de mover la balanza comercial a su lado o que lo exportado tenga mucho más valor. Los países exportan el excedente de producción, lo cual inyecta dinero a la economía y la revitaliza, el problema radica en la cantidad de dinero que se invierte en importar todo lo que tu país no produce o no en la cantidad necesaria, en ejemplo para la mayoría de los países en especial Nicaragua, pasa con el petróleo, se tiene que importar derivados como la gasolina (que son más caros) porque no se produce en la industria local.

Debido a esto los países planifican sus políticas comerciales con la única razón ya sea de mover la balanza comercial a su favor o al menos reducir la brecha que existe entre lo que se importa con lo que se exporta para no caer en el endeudamiento o contribuir en mejorar la autosuficiencia del país sin perder la lógica de importar lo que sea necesario y de mayor necesidad y este solo se logra con el uso de políticas comerciales adecuadas a la situación económica de cada país, que garantice el tener buenas relaciones económicas con países hermanos o fuera de la región, ya sea mediante tratados o acuerdos, la diversificación de los productos exportados, mayor valor agregado en los bienes exportados, un mejor control aduanero y la adquisición de bienes de capital para el desarrollo de la tecnificación de los distintos sectores productivos de Nicaragua.

#### 4.1 Importaciones CIF registradas en el país en el periodo 2010-2014

Las importaciones de Nicaragua se caracterizan principalmente por bienes de consumo no duradero, bienes de consumo duraderos, importaciones de petróleo, combustible y lubricantes, así como materias y productos intermedios para uso agrícola, industrial y de construcción además representando en una menor parte la de bienes de capital y diversos. Son la suma de los valores de estos bienes en conjunto que forman el total de las importaciones CIF<sup>20</sup> de Nicaragua que junto a las exportaciones nos presentan el balance comercial del país.

Gráfica IV. 1 Importaciones CIF por uso o destino económico



Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

Por lo observado anteriormente, se concluye que las importaciones a un son de suma importancia para la actividad económica regular de Nicaragua, cuya tendencia ha sido de incrementar las importaciones en los años 2010 al 2012 principalmente por el encarecimiento del petróleo no ha si en los últimos dos periodos que ha presentado una disminución en las importaciones, en especial el 2013 debido a la reducción del precio del crudo que significo una parcial caída en las importaciones, pero que se elevó en 2014 a un valor casi semejante al del 2012. Como se ha mencionado anteriormente el valor del crudo ha sido un gran

<sup>20</sup> CIF (cost, insurance and freight): es un término comercial estipulado por Internacional Commercial Terms (términos comerciales internacionales); CIF que por sus siglas traducidas del inglés al español significan coste, seguro y flete. El cual quiere decir que el exportador es responsable del transporte de la mercancía hasta que esta se encuentre en el puerto de destino, junto con los seguros involucrados, en dónde el importador solo debe adquirir un seguro con cobertura mínima. Fuente: Llamazares García-Lomas, Olegario (2011). Capítulo 4: Los Incoterms 2010(1er edición). Global Marketing Strategies, S.L. pág.133-151.



determinante en el valor total de las importaciones debido a la volatilidad de su precio que incide directamente en la factura petrolera del país y la necesidad casi obligada de la importación del crudo para garantizar las normales actividades económicas de Nicaragua.

En la siguiente tabla se muestra los valores alcanzados totales en miles de dólares por los distintos bienes y servicios importados, determinados por la clasificación de uso o destino económico durante el periodo (2010-2014), con el fin de mostrar que bienes o servicios el estado ha tenido una mayor prioridad y a la misma vez el gasto que ha incurrido por la importación de los bienes.

**Tabla IV.1: Importaciones CIF por uso o destino económico**

Bienes y servicios	Periodo del 2010 – 2014				
	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Bienes de consumo</b>	1,497,405.3	1,654,758.5	1,813,129.7	1,813,437.5	1,955,729.4
<b>Petróleo, combustibles y lubricantes</b>	775,975.5	1,256,368.6	1,289,434.4	1,193,330.5	1,144,979.8
<b>Bienes intermedios</b>	1,122,388.6	1,337,420.4	1,522,592.8	1,545,808.3	1,524,488.5
<b>Bienes de capital</b>	768,619.8	947,215.7	1,220,387.3	1,094,486.4	1,242,502.7
<b>Diversos</b>	8,766.8	7,977.9	8,508.4	9,447.0	8,779.9
<b>Total</b>	<b>4,173,156.0</b>	<b>5,203,741.2</b>	<b>5,854,052.6</b>	<b>5,656,509.7</b>	<b>5,876,480.1</b>

Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

Para el año 2010 las importaciones CIF de mercancías alcanzaron un valor US\$ 4, 173,156. Un factor importante que permitió realizar el alza en las importaciones para el año 2010, fue la mayor disponibilidad de financiamiento externo de parte de proveedores y banca comercial, los cuales compensaron la tendencia decreciente registrada en el saldo de la cartera de crédito de la banca doméstica y de las micro financieras. Por otra parte, la recuperación de los flujos de remesas y de la inversión extranjera contribuyó en el resultado, aunque en menor medida que los otros factores.



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



Este incremento de las importaciones se generó en todas las categorías de bienes, aunque específicamente en bienes intermedios y bienes de consumo, los cuales estuvieron tolerados en parte por el dinamismo de la actividad económica del país, así como por efecto del alza de los alimentos y materias primas en los mercados internacionales, incluyendo los precios del petróleo y derivados.

Para el año 2011 las importaciones fueron de US\$ 5, 203,741, con un crecimiento de 24.7 por ciento, causado por los precios de las materias primas, principalmente petróleo. El monto de las importaciones sin incluir petróleo aumentó en 16.2 por ciento, es decir US\$ 550.2 millones.

Por otro lado, la factura petrolera se incrementó 61.9 por ciento respecto a 2010, como resultado del mayor precio de petróleo y sus derivados y mayor demanda de combustibles. Esta última fue superior en 1.6 millones de barriles, especialmente en barriles de fuel oíl y diésel. Asimismo, las importaciones de productos intermedios crecieron, especialmente los bienes para la industria alimenticia (aceite de soya, trigo y otras preparaciones alimenticias). De igual manera, las adquisiciones de bienes de capital incrementaron 23.2 por ciento respecto a 2010. Se observó un aumento en maquinaria industrial y equipo para telecomunicaciones.

Para el año 2012 valor de las importaciones CIF fue de US\$ 5, 854,052.6, lo que representó un crecimiento de 12.4 por ciento. Las compras de productos importados se desaceleraron en comparación a 2011, especialmente en el segundo semestre al registrar un crecimiento interanual de 9.4 por ciento frente a 15.7 por ciento del primer semestre, como resultado de menores compras de petróleo crudo y una desaceleración en la demanda de los bienes intermedios e insumos para las industrias alimenticia, bebida y tabaco. Los principales países proveedores de las importaciones en orden de importancia fueron Venezuela (20.1%), Estados Unidos (18.4%), China (9.9%), Costa Rica (7.9%) y México (7.6%).

A pesar de la desaceleración observada, las importaciones de capital y de consumo han mostrado un fuerte dinamismo congruente con la mejora de la actividad económica. En este sentido, las adquisiciones de bienes de capital se situaron en US\$ 1,220.4, lo que se tradujo en un crecimiento de 28.8 por ciento (23.2% en 2011), impulsadas principalmente por las adquisiciones de maquinaria y equipo para la industria y telecomunicaciones. De igual manera, el aumento en valor de las compras de equipos de transporte incidió en el aumento de valor facturado total de bienes de capital.

Para el año 2013 las importaciones CIF se situaron en US\$ 5,656.1 millones, registrando una reducción en valor de 3.9 por ciento. Lo anterior se derivó principalmente de una menor factura petrolera y una reducción en las adquisiciones de bienes de capital. Al excluir el costo

de la factura petrolera en el total importado, las importaciones cayeron 2.8 por ciento respecto a 2012.

El valor de las importaciones de bienes de consumo durante 2013 se mantuvo a un nivel similar al de 2012, y estuvo determinado por las compras de productos alimenticios y otros bienes de consumo no duradero, que registraron tasas de crecimiento de 3.3 por ciento y 4.8 por ciento, respectivamente. Estas importaciones fueron contrarrestadas por las de bienes de consumo duradero que se contrajeron 3.2 por ciento.

En lo que se refiere a la factura petrolera, el costo fue menor en 7.8 por ciento respecto a 2012, explicado fundamentalmente por una menor compra de combustibles acompañada de un menor precio. Así, el volumen demandado en combustibles fue menor en 16.1 por ciento, debido al aumento en la participación de energía renovable en el total, y una mayor producción de combustibles de la refinería. En lo que se refiere al precio promedio de combustibles, éste disminuyó 5.5 por ciento.

En el año 2014 las importaciones CIF registraron un valor de US\$ 5,876.5 millones, lo que correspondió a un crecimiento de 3.9 por ciento (-3.4% en 2013). El incremento de las importaciones se derivó principalmente del dinamismo en las compras al exterior de bienes de consumo y de capital, lo que fue parcialmente contrarrestado por una menor factura petrolera y la disminución en compras de bienes intermedios, principalmente industriales y materiales de construcción.

Las importaciones de bienes de consumo crecieron 7.3 por ciento en 2014, dinámica que fue impulsada tanto por bienes no duraderos y duraderos, que crecieron 7.1 por ciento y 11.0 por ciento, respectivamente. Los bienes no duraderos fueron dinamizados fundamentalmente por productos alimenticios, medicinas y productos farmacéuticos, mientras que los duraderos principalmente por electrodomésticos. Este crecimiento estuvo en línea con la mayor actividad económica, lo que aumentó el ingreso de los hogares.

Por su parte, la factura petrolera finalizó el año con una reducción interanual en valor de 4.1 por ciento como resultado de menores precios de petróleo y derivados. El valor total de la factura fue de US\$ 1,145.0 millones, menor en US\$ 48.4 millones con respecto a 2013.

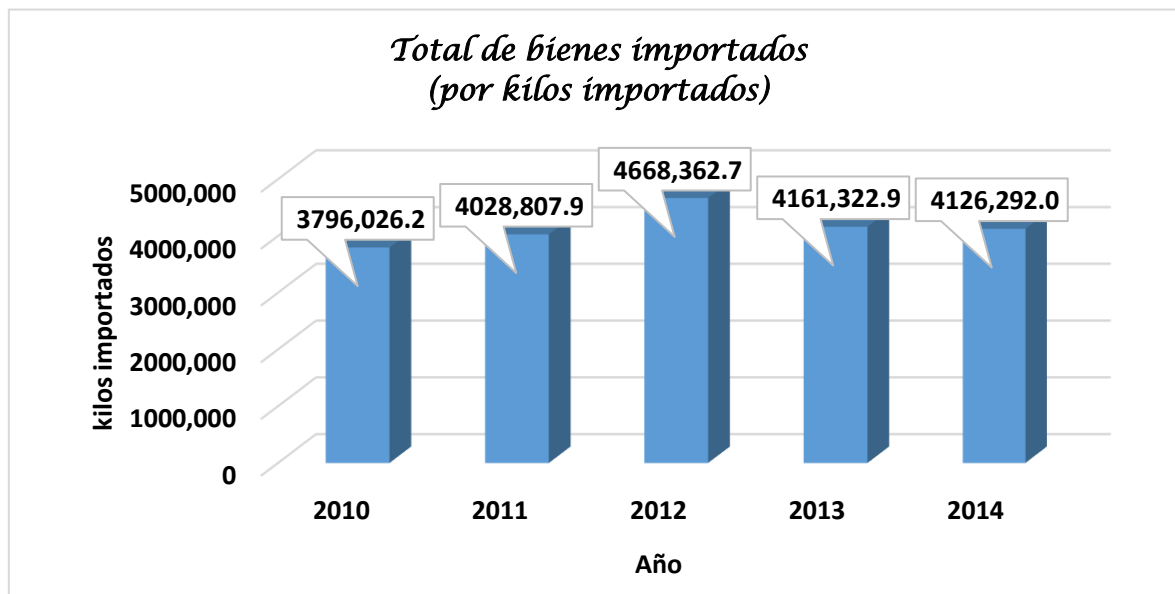
El comportamiento a la baja fue consecuencia de menores precios de combustibles (9%) y de petróleo (5.4%) respecto a los precios de 2013. Mientras que, en volumen, la demanda de importaciones de petróleo y combustibles aumentó en promedio 4.3 por ciento respecto a lo demandado en 2013. En términos porcentuales las importaciones totales según su clasificación CIF muestran los siguientes resultados en los periodos determinados:

**Tabla IV.2: Importaciones CIF por uso o destino económico (porcentaje)**

Clasificación de bienes	Periodo				
	2011	2012	2013	2014	Total
Bienes de consumo	9.5%	8.7%	0.0%	7.3%	<b>25.5%</b>
Petróleo, combustibles y lubricantes	38.2%	2.6%	-8.1%	-4.2%	<b>28.5%</b>
Bienes intermedios	16.1%	12.2%	1.5%	-1.4%	<b>28.3%</b>
Bienes de capital	18.9%	22.4%	-11.5%	11.9%	<b>41.6%</b>
Diversos	-9.9%	6.2%	9.9%	-7.6%	<b>-1.3%</b>
<b>Total</b>	<b>19.8%</b>	<b>11.1%</b>	<b>-3.5%</b>	<b>3.7%</b>	<b>31.2%</b>

Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

**Gráfica IV.2: Valor total de bienes importados por kilo**



Elaboración propia con datos de DGA (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

En la gráfica se puede observar los volúmenes totales importados en los cinco años comercializados y por cada año respectivamente con el fin de tener una referencia. En si los precios de los bienes importados han aumentado y se ha incrementado los volúmenes de bienes importados.

La característica principal de nuestra economía es siempre ha importar bienes el cual revela que Nicaragua utiliza las importaciones como medida para estabilizar el mercado interno y además garantizar la competencia leal en la determinación del precio de los bienes ofertados.

En 2010 fue el valor más bajo alcanzado registrado, cuyo monto alcanzó un valor de 3,796 millones de (Kilos) el cual ascendió a un gasto de US\$ 4,173.16 millones, del cual su tendencia ha sido siempre al aumento donde se observa que el año 2012 en el cual las importaciones mostraron un mayor registro de volúmenes importados en el periodo analizado el cual dicho valor haciende a 4, 668,362.7 kilos lo que significaron un gasto de US\$ 5,854.06 millones.

#### 4.2.Principales mercancías

Aunque la mayoría de los economistas coinciden que se deben reducir las importaciones para mejorar el balance comercial a su favor para algunos estas son importantes ya que permiten tener muchos beneficios el importar dichos bienes como, por ejemplo: permite adquirir bienes no disponibles en el país, crear mejores condiciones para la competencia, Importar no solo bienes sino además tecnología o bienes de capital para la innovación de la producción nacional, acceder a bienes que se producen en el país en condiciones adversas o poco favorables, acceder a materias primas, insumos, tecnología y productos terminados.

En las principales mercancías que importa Nicaragua se encuentra los bienes de consumo que se clasifican a su vez como:

**Bienes duraderos** que en la teoría económica se define como aquel producto (o servicio) que una vez adquirido puede ser utilizado un gran número de veces a lo largo del tiempo. Los bienes duraderos son aquellos bienes reutilizables y que, aunque pueden acabar gastándose, no se consumen rápidamente como los bienes no duraderos por lo tanto un bien no duradero es definido como un bien que es consumido inmediatamente, con un uso o un tiempo de vida menor promedio de tres años.

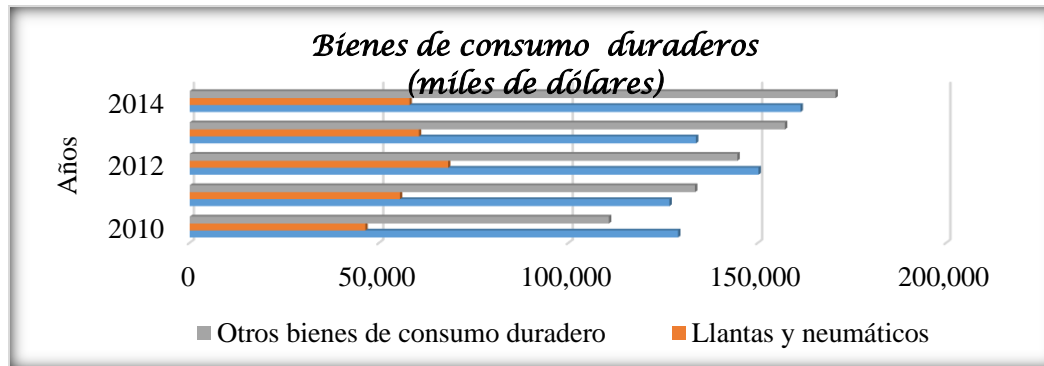
Así como la importación de combustibles y sus derivados, ya que este bien es la mayor fuente de energía, ya sea industrial o doméstico en todos los países y para muchos que exportan este bien, es la mayor fuente de ingresos económicos, así como también la base de sus economías.

Otro bien de igual importancia son los bienes de capital que forman parte de la adquisición de equipos, herramientas, repuestos, accesorios, etc. necesarios para garantizar las funciones normales de las actividades económicas productivas del país y cumplir con las metas de producción y económicas del país.

#### 4.2.1 Bienes duraderos

Entre los principales bienes duraderos y el comportamiento en el periodo de lo cual importa Nicaragua es representado en la siguiente gráfica:

**Gráfica IV.3: Importación de bienes de consumo duraderos**



Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

En concreto los datos del cual se obtuvo la anterior grafico estos valores son resultados según la clasificación de los bienes duraderos se observa en la tabla a continuación:

**Tabla IV.3: Importaciones CIF de bienes de consumo duraderos**

Bienes (Miles de Dólares)	2010	2011	2012	2013	2014
Artículos para uso domésticos	128,918.9	126,635.7	150,130.1	133,620.7	161,227.3
Llantas y neumáticos	46,362.3	55,490.4	68,190.5	60,491.7	58,017.4
Otros bienes de consumo duradero	110,643.6	133,379.1	144,565.4	157,115.1	170,509.2
<b>Totales</b>	<b>285,924.9</b>	<b>315,505.2</b>	<b>362,886.0</b>	<b>351,227.5</b>	<b>389,753.9</b>

Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

Como se observa en la gráfica los principales bienes de consumo duraderos que principalmente predomina es la clasificación de otros bienes de consumo duradero cuya tendencia en el periodo del 2010 al 2014 siempre ha sido el incremento a excepción del 2010 al tomar la segunda posición entre los otros bienes duraderos; pasando del 2010 de un monto de US\$110,643.6, al 2014 a un monto de US\$ 170,509.2. Entre estos bienes se encuentra artículos de uso doméstico ya sean de tocador o de mesa, artículos de gimnasia, camas, así como artículos de higiene personal, juguetes, equipos de oficinas, entre otros.

La siguiente clasificación que domina entre los bienes de consumo duraderos son los artículos para uso doméstico el comportamiento de este ha sido irregular en el periodo del 2010 de un valor de US\$ 128,918.9, en el 2011 un monto US\$ 126,635.7, para el 2012 a US\$ 150,130.1, en 2013 registro un valor total de US\$ 133,620.7 y en 2014 US\$ 161,227.3.

Y por último se encuentran las importaciones de llantas y neumáticos, que para el año 2010 alcanzó un valor de US\$ 46,362.3, y para el 2011 crecieron registrando un monto total de US\$ 55,490.4, pero fue en el 2012 US\$ 68,190.5 donde alcanzaron el máximo monto en el periodo, disminuyendo en 2013 a 60,491.7 y al finalizar otra disminución en 2014 a 58,017.4.

**Tabla IV.4: Importaciones CIF de bienes de consumo duraderos por kilos**

Bienes (Kilos)	2010	2011	2012	2013	2014
Artículos para uso domésticos	11,533.9	12,804.4	12,832.9	12,868.3	12,845
Llantas y neumáticos	13,858.4	15,737.3	17,551.7	15,944.2	15,524
Otros bienes de consumo Duradero	36,578.5	44,284.6	47,424.1	48,138.3	54,788
<b>Totales</b>	<b>61,970.9</b>	<b>72,826.3</b>	<b>77,808.7</b>	<b>76,950.8</b>	<b>83,157.0</b>

Elaboración propia con datos de DGA (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

Los resultados en volúmenes en kilos muestran que Nicaragua desde el 2010 hasta el 2014 tiende a incrementar la cantidad de bienes duradero importados ya sea en referencia al crecimiento de la población que demanda en mayor cantidades dichos bienes y con esto abastecer los mercados nacionales.

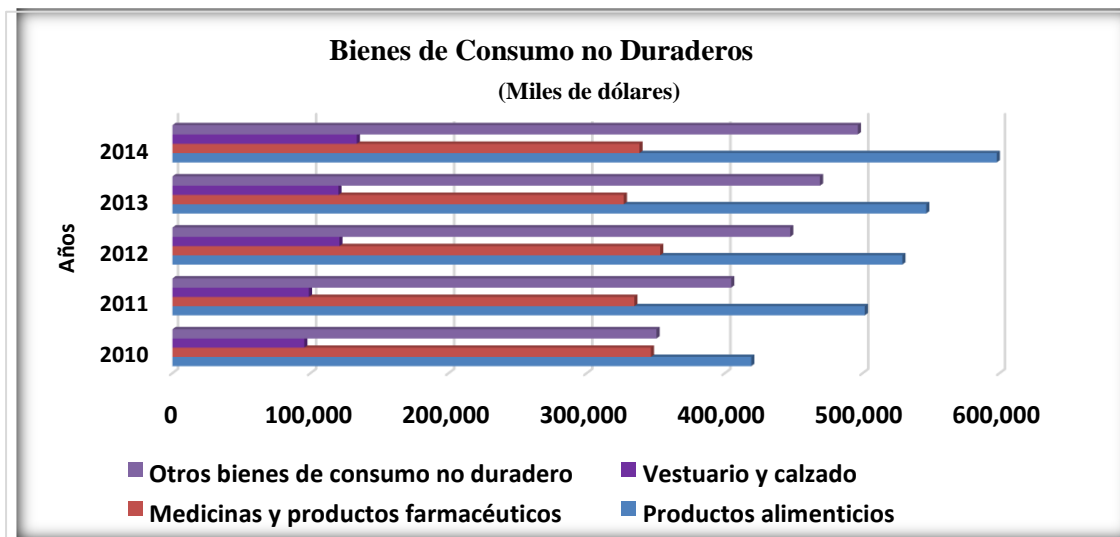
La relación entre precio y volumen muestra un comportamiento similar mientras más volúmenes de bienes duraderos se importa este resulta un mayor valor en la importación del bien, debido al tiempo de caducidad prolongado y el número de veces en el que puede ser utilizado no es necesario importar grandes volúmenes.



#### 4.2.2 Importaciones de bienes no duraderos

Entre los principales bienes no duraderos de consumo importados por Nicaragua en el periodo 2010 al 2014 en el cual se encuentran los más prioritarios como lo son las medicinas y farmacéuticos al igual que distintos productos alimenticios, calzado, y otros bienes de consumos clasificados como no duraderos prioritarios para el mercado nicaragüense.

**Gráfica IV.4: Importaciones CIF de bienes de consumo no duraderos**



Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

**Tabla IV.5: Importaciones CIF de bienes de consumo no duraderos**

Bienes (Miles de dólares)	2010	2011	2012	2013	2014
Productos alimenticios	419,104.2	501,446.2	528,934.5	546,368.5	597,954.6
Medicinas y productos farmacéuticos	346,435.0	334,449.7	353,159.3	326,828.6	338,121.5
Vestuario y calzado	95,449.6	98,784.4	120,856.4	120,151.7	133,469.7
Otros bienes de consumo no duradero	350,491.6	404,572.9	447,293.5	468,861.2	496,429.6
Totales	1,211,480.4	1,339,253.3	1,450,243.7	1,462,210.0	1,565,975.4

Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

Entre los bienes más importantes, se encuentra los productos alimenticios, como se observa en el grafico es de suma importancia, y la tendencia de este es a aumentar. En el año 2010 alcanzó un monto de US\$ 419,104.2 hasta llegar a US\$ 597,954.6 en el 2014. El mismo comportamiento presenta los clasificados como otros bienes de consumo no duradero, en 2010 hubo un monto de US\$ 350,491.6, el cual se elevó hasta US\$ 496,429.6.

En tercer lugar, se deducen los bienes relacionados a bienes farmacéuticos y medicinas que presentan un comportamiento entre pequeñas alzas y bajas en el total valorado en el periodo analizado, así por ultimo lo relacionado a los bienes de vestuario y calzado que presentan un incremento respectivo a medida que avanzan los años, como referencia del 2010 se obtuvo un valor importado de US\$ 95,449.6, hasta alcanzar un monto total de US\$ 133,469.7 en el año 2014.

**Tabla IV.6 Importaciones CIF de bienes de consumo no duraderos por kilos**

Bienes (Por kilos)	2010	2011	2012	2013	2014
Productos alimenticios	611,718.9	668,396.5	643,275.5	637,074.6	704,727
Medicinas y productos farmacéuticos	10,119.3	10,984.7	10,689.2	11,612.1	13,868
Vestuario y calzado	31,648.3	33,342.6	36,641.0	35,248.8	36,386
Otros bienes de consumo no duradero	159,749.0	177,270.9	188,084.0	197,770.1	211,091
<b>Totales</b>	<b>813,235.4</b>	<b>892,005.6</b>	<b>878,689.6</b>	<b>881,705.7</b>	<b>966,072.0</b>

Elaboración propia con datos de DGA (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

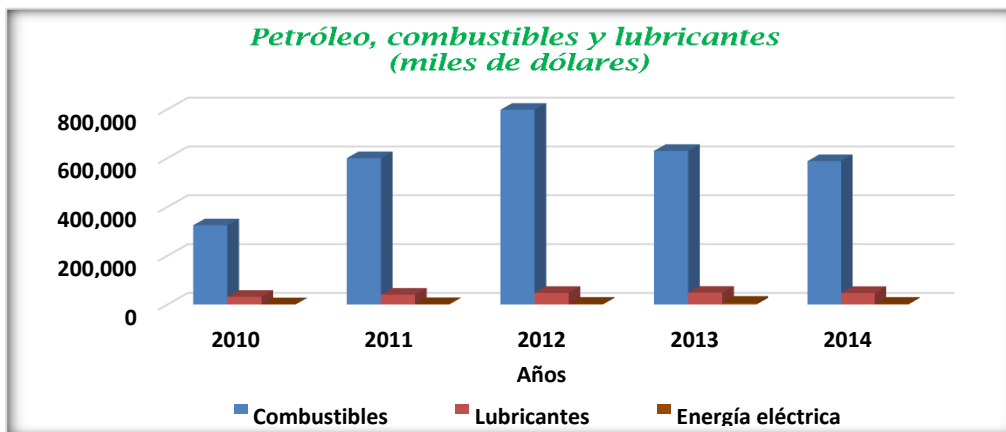
Los bienes no duraderos son la categoría más fuerte en la importación de bienes de consumo no solo en valor, sino que también en volúmenes, debido a que la mayoría de estos bienes son de vital importancia para la subsistencia de la población, entre ellos se encuentran gran variedad de bienes alimenticios como mantequillas, arroz, vegetales, leche en polvo, productos alimenticios elaborados, etc.

Así como también variedades de medicinas y productos farmacéuticos, debido a que no son producidos en el mercado nacional, lo cual se incurre a importarlos de socios comerciales, ya que no se puede prescindir de la adquisición estos bienes necesarios para mejorar y garantizar la calidad de vida de los nicaragüenses.

### 4.2.3 Importaciones de petróleo y derivados

El petróleo es uno de los recursos más importantes importados en Nicaragua, no solo para uso de la población, sino que además permite funcionamiento de las actividades económicas diarias y aun la mayor fuente de la energía eléctrica que se produce en el país. Para entender un poco mejor como incide las importaciones de petróleo y derivados en el valor total de las importaciones CIF se presenta la siguiente grafica establecida en el periodo 2010 al 2014.

**Gráfica IV.5: Importación del petróleo y sus derivados**



Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

El bien que más predomina en valor económico importado, son los combustibles, que en el año 2010 se elevaron a US\$ 324,358.2 y de allí en el año 2011 aumento a US\$ 599,307.0, alcanzando su máximo valor en el periodo 2012 que registro un monto de US\$ 797,640.8, todo esto debido al incremento del barril del petróleo que se sostuvo hasta el año 2012, pasado el 2012 se observa una disminución del 21 por ciento, debido a que en el año 2013 el valor total importado fue de US\$ 629,249.1 y un menor valor en 2014 que registró un valor de US\$ 587,194.1, esta reducción en el valor total de las importaciones de combustibles es asociada a la disminución del precio del barril de petróleo.

En lo que respecta a lubricantes se ha mantenido un incremento constante en el valor importado desde el 2012 que alcanzó un monto de US\$ 47,250.9, para el 2013 fue de US\$ 47,837.1 y 2014 a US\$ 46,888.6. En una menor escala la importación de energía eléctrica se registra montos de US\$ 622.8 en 2010, en 2013 el mayor que corresponde a un valor US\$ 7,005.7.

Los valores de la tabla a continuación revelan los montos totales en la importación de bien combustible y derivados, así como también además lubricantes y energía eléctrica:

**Tabla IV.7: Importación CIF de petróleo, combustible y derivados**

Bienes (Miles de Dólares)	2010	2011	2012	2013	2014
Combustibles	324,358.2	599,307.0	797,640.8	629,249.1	587,194.1
Lubricantes	31,196.9	40,018.9	47,250.9	47,837.1	46,888.6
Energía eléctrica	622.8	1,393.0	2,784.8	7,005.7	2,826.2
<b>Totales</b>	<b>356,177.9</b>	<b>640,718.9</b>	<b>847,676.5</b>	<b>684,091.9</b>	<b>636,909.0</b>

Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

La tabla a continuación presenta los volúmenes importados en lo que se refiere a bienes combustibles y derivados volúmenes totales y por clasificación:

**Tabla IV.8: Importación CIF de Petróleo, combustible y derivados en kilos**

Bienes (Kilos)	2010	2011	2012	2013	2014
Petróleo crudo	864,302.2	808,788.3	578,665.3	652,732.7	686,954
Combustibles	631,263.1	524,855.0	1,160,971.4	554,675.5	513,913
Lubricantes	16,639.6	16,700.8	18,489.2	18,531.7	18,160
<b>Totales</b>	<b>1,512,204.9</b>	<b>1,350,344.1</b>	<b>1,758,126.0</b>	<b>1,225,939.9</b>	<b>1,219,027.0</b>

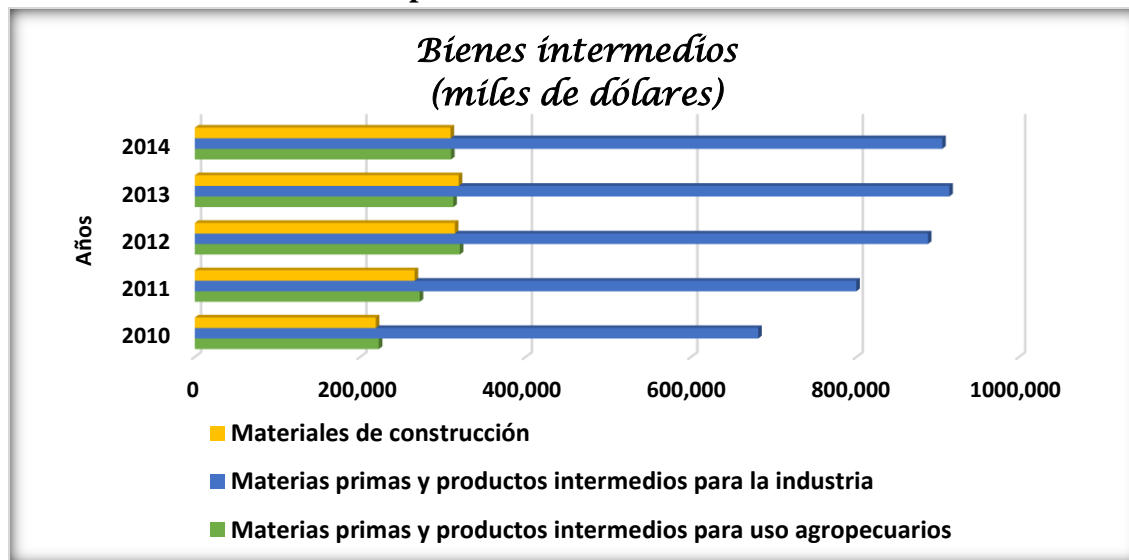
Elaboración propia con datos de DGA (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

Algo en resaltar es que el petróleo es la mayor fuente de energía en el mundo, aun en la gran variedad de diversas fuentes de energía renovable, el petróleo es imprescindible por tanto la totalidad de las actividades económicas de los países depende de la importación del mismo, por lo tanto, al ser un bien esencial para cualquier economía suele ser una pesadilla en lidiar con el precio volátil del mismo. Como se observa en las tablas anteriores en el año 2012 se redujeron las importaciones de petróleo crudo pero aumentaron las importaciones de combustibles, ya que este año el precio osciló entre los US\$ 100 y US\$120 el barril en específico, el monto en lo que a gasto total fue el más alto en la economía nicaragüense, lo contrario ocurrió en el año 2013 y 2014 donde el valor del barril llegó a 2013 (70- 80 dólares), en 2014 fue menor de los 70 o 60 dólares reduciendo en el gasto incurrido.

#### 4.2.4 Importaciones de bienes intermedios

Los bienes intermedios son los que se emplean para ser transformados o incorporados a la producción de otros bienes. Para la economía nicaragüense estos bienes son de amplia importancia ya que de estos dependen las actividades económicas y productivas diarias del país con estos bienes se garantiza la producción de bienes agropecuarios, industria y construcción. Para resaltar las importaciones según la actividad económica se presenta la siguiente grafica donde nos muestra el comportamiento en el periodo 2010 al 2014:

Gráfica IV.6: Importación de bienes intermedios



Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

Los bienes que más se importan, son los relacionados a la industria, que nos muestra lo poco industrializada que es la economía nicaragüense y que se ve obligada a importar distintas materias primas y productos intermedios que alcanzan un valor elevado en el monto de las importaciones intermedias; en 2010 las materias primas y productos intermedios lograron un valor de US\$ 681,174.9, para el 2013 alcanzó su mayor monto que fue de US\$ 914,099.6, ya en 2014 se redujo y registro un monto total de US\$ 905,421.0.

En lo que respecta a materias primas y productos intermedios para uso agropecuario en el periodo no muestra mucha diferencia, su valor más alto se presentó en 2012 con US\$ 320,379.9 y en 2014 se redujo hasta US\$ 309,833.2. Los materiales de construcción presentan montos similares, aunque un poco más altos a las materias primas y productos agropecuarios ya que su valor total más alto fue en 2013 con US\$ 319,095.4 y en 2014 un

monto de US\$ 309,234.3 mucho menor al año anterior pero más alto que los años anteriores en el periodo.

Los valores totales de bienes intermedios según el sector al cual se importan y clasifica registrado en el periodo 2010 al 2014 en la tabla a continuación:

**Tabla IV.9: Importación de materias primas y productos agropecuarios**

Bienes (Miles de Dólares)	2010	2011	2012	2013	2014
M. primas y productos intermedios para uso agropecuarios	222,430.5	271,915.5	320,379.9	312,613.3	309,833.2
M. primas y productos intermedios para la Industria	681,174.9	799,743.1	887,822.1	914,099.6	905,421.0
Materiales de Construcción	218,783.2	265,761.9	314,390.8	319,095.4	309,234.3
<b>Totales</b>	<b>1,122,388.6</b>	<b>1,337,420.5</b>	<b>1,522,592.8</b>	<b>1,545,808.3</b>	<b>1,524,488.5</b>

Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

En la tabla a continuación se muestra los volúmenes según el peso registrado de los bienes importados en kilos:

**Tabla IV.10: Importación CIF para el sector agropecuario, industrial y construcción**

Bienes Intermedios (Miles de Dólares)	Año				
	2010	2011	2012	2013	2014
Para uso Agropecuario	259,028.2	313,324.4	333,054.9	329,628.4	331,457.0
Para uso Industrial	796,441.7	920,272.5	1,028,568.0	1,067,409.7	952,806.0
Para uso Construcción	256,362.6	362,190.6	442,535.3	446,737.2	439,003.0
<b>Totales</b>	<b>1,311,832.5</b>	<b>1,595,787.4</b>	<b>1,804,158.1</b>	<b>1,843,775.4</b>	<b>1,723,266.0</b>

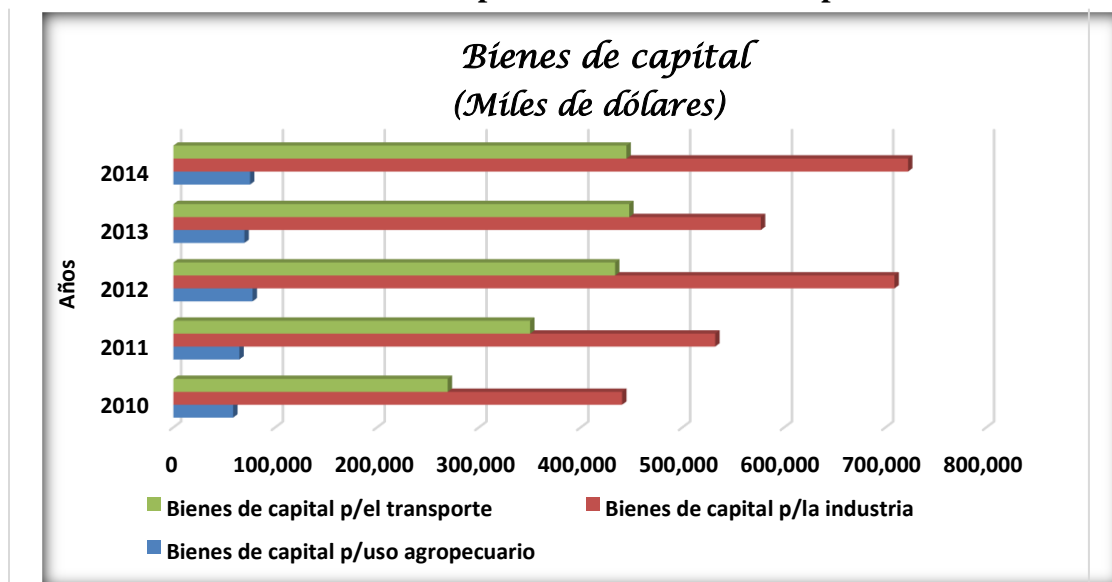
Elaboración propia con datos de DGA (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

Se observa que los bienes intermedios son necesarios en la economía nicaragüense ya que sin ello las actividades productivas no se llevarían a cabo después de todo como se produciría el pan sin la harina o la levadura, o la ropa sin la tela, o se construirán las futuras casas o edificios sin los bienes intermedios necesarios, para nuestra economía suele ser un gasto de millones de dólares importar dichos bienes, como se observa en las tablas anteriores, pero el no hacerlo significaría fracturar las actividades económicas afectando los mercados.

#### 4.2.5 Importaciones de bienes de capital

Se denominan bienes de capital aquéllos que no se destinan al consumo, sino a seguir el proceso productivo, en forma de auxiliares o directamente para incrementar el patrimonio material o financiero. Sin ellos sería imposible alcanzar los objetivos y metas de producción en el país, para Nicaragua se clasifican los principales bienes de capital según la actividad económica para lo que son adquiridos:

Gráfica IV.7. Importación de bienes de capital



Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

De los tres tipos de bienes de capital que importa Nicaragua el que más resalta al menos en lo que valor respecta son los bienes de capital para la industria que alcanzan su valor más alto en el periodo en 2014 en el cual mostro un valor total de US\$ 722,294.9, pero además son los bienes en que más gasta el gobierno en todos los periodos, que se refleja lo poco industrializada que es la economía nicaragüense, y que se ve obligada a importar dichos bienes para lograr la operatividad normal de las industrias en el país. El segundo bien de capital cuyo valor total significa un mayor gasto debido al precio o volumen de lo que se



importa según lo que no muestra la gráfica son los bienes para el transporte, que desde el 2010 hasta el 2013 ha logrado alcanzar un valor máximo de US\$ 447,726.4 y en 2014 un valor de US\$ 444,983.5. Y por último los bienes de capital asociados a la agricultura la actividad económica de la esencia del país que dichos montos oscilan entre los US\$ 58,605.6 y US\$ 75,224.3, valores pocos significativos comparados con los gastos de los bienes de capital anteriores.

**Tabla IV.11: Importación CIF de bienes de capital agropecuario, industrial y transporte**

Bienes de capital (Miles de dólares)	2010	2011	2012	2013	2014
B. de capital p/la agricultura	58,605.6	64,737.7	77,785.5	69,754.2	75,224.3
B. de cap. p/la industria	440,677.7	532,114.6	708,783.6	577,005.7	722,294.9
B. de cap. p/el transporte	269,336.6	350,363.4	433,818.2	447,726.4	444,983.5
Totales	768,619.8	947,215.7	1,220,387.3	1,094,486.4	1,242,502.7

Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

**Tabla IV.12 Volúmenes de capital importados por uso o destino económico**

Importaciones CIF por uso o destino económico (En kilos)					
Bienes de capital	Años				
	2010	2011	2012	2013	2014
B. capital p/uso agropecuario	10,276.57	15,304.75	20,047.98	12,601.06	12,651.00
B. capital p/la industria	37,016.84	40,625.23	53,631.08	45,660.27	46,531.00
B. capital p/el transporte	47,574.6	62,205.0	74,074.3	72,830.7	73,789.0
<b>Totales</b>	<b>94,868.04</b>	<b>118,135.01</b>	<b>147,753.31</b>	<b>131,092.07</b>	<b>132,971.00</b>

Elaboración propia con datos de DGA (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

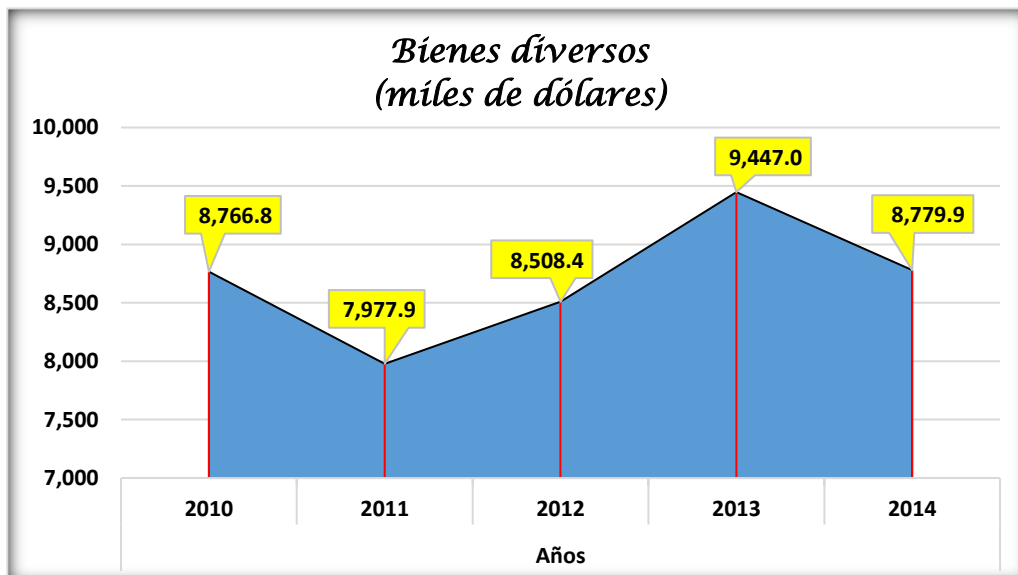
En economía la tecnología es un factor que resalta en proceso del desarrollo económico sin ella sería imposible para un país lograr superar las barreras ya sean económicas o humanas sin el adelanto de la tecnología.

Para alcanzar dichos objetivos los países importan bienes de capital con el fin de mejorar el nivel de tecnología y desarrollar el sector productivo de la cual se es a fin. Pero estos bienes de capital suelen tener un alto impacto en el crecimiento económico por lo tanto es vital que Nicaragua siga con la importación de estos bienes y por qué no el desarrollo de tecnologías propias para el fortalecimiento, crecimiento y desarrollo de los sectores productivos para impulsar la economía nacional, garantizar la estabilidad de los mercados internos y el comercio exterior.

#### 4.2.6 Importaciones de bienes diversos

La última clasificación de los bienes importados por Nicaragua, se denomina bienes diversos, en esta se registran todos aquellos bienes importados que no cumplen con las condiciones de las otras clasificaciones de bienes y para ser contabilizados son registrados en esta clasificación en lo que a montos se refiere suelen ser los bienes cuyo valor total ha oscilado entre US\$ 8,766.8 a US\$ 9,447.0 en el periodo 2010-2014 como se ejemplifica en la siguiente gráfica:

**Gráfica: IV-8: Importación de bienes diversos**



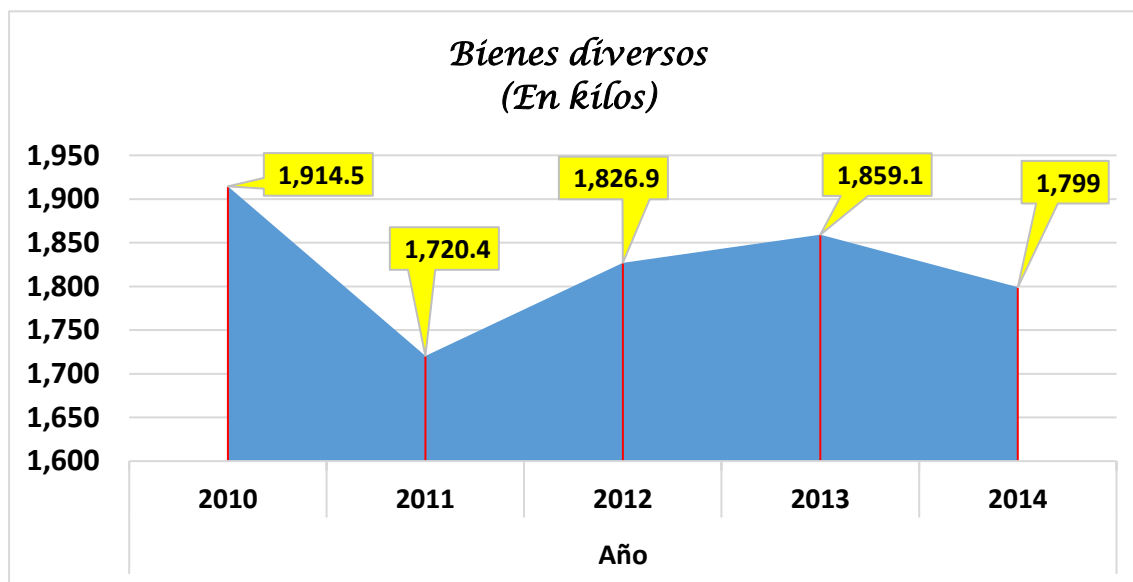
Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

Las importaciones de bienes diversos en 2010 se registraron en US\$ 8,766.8, que resultó ser muy cercano al promedio estimado, cuyo resultado fue de US\$ 8,696.0, aunque este monto no es comparado al valor más bajo, se presentó en el año 2011 con un monto de US\$ 7,977.9.

Estos bienes son el respiro del gasto en lo que se refiere a las importaciones nicaragüenses ya que si se compara con el gasto de las otras clasificaciones de los bienes y servicios estos suelen ser los más barato y de menor cantidad importada pero igual de necesarios, para aquellas que los adquieren y consumen con el fin de satisfacer una necesidad.

En lo referido a volúmenes, los bienes diversos, son la categoría de los menos importados, así como se observa en la tabla a continuación el registro, luego del año 2010 ha presentado una tendencia a reducir las cantidades de bienes importadas:

**Gráfica: IV-9: Importación de bienes diversos en kilos**



Elaboración propia con datos de DGA (Importaciones CIF por uso o destino económico periodo 2010 - 2014).

Los bienes diversos son menos esenciales que el resto de categorías, no representan una necesidad inmediata o son de suma importancia para la subsistencia de la población que consume dichos bienes, entre algunos encontramos muebles, mobiliarios para distintos rubros como: juguetes, juegos, accesorios para deporte y distintos productos manufacturados.



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



Es debido a esto que los bienes clasificados como diversos no presentan una gran incidencia en el total de importaciones, aunque no por eso se dejan de importar existe un pequeño, pero igual de importante sector del mercado que depende de estos bienes, así como distintos programas sociales que el gobierno implementa para el desarrollo deportivo infantil o para beneficiar a niños con juguetes de menores recursos.

### **4.3 Principales socios comerciales de Nicaragua**

En este apartado del capítulo se abordaremos el tema en lo referido a los países de donde provienen las importaciones nicaragüenses; así también se mostrara el gasto total incurrido de las importaciones por país y región de origen con en el fin de analizar y exponer la evolución y el desarrollo del comercio exterior; basado en la dirección de la apertura comercial y los distintos tratados, acuerdos, negociaciones e integraciones firmados por Nicaragua con países dentro de la región o con el resto del mundo.

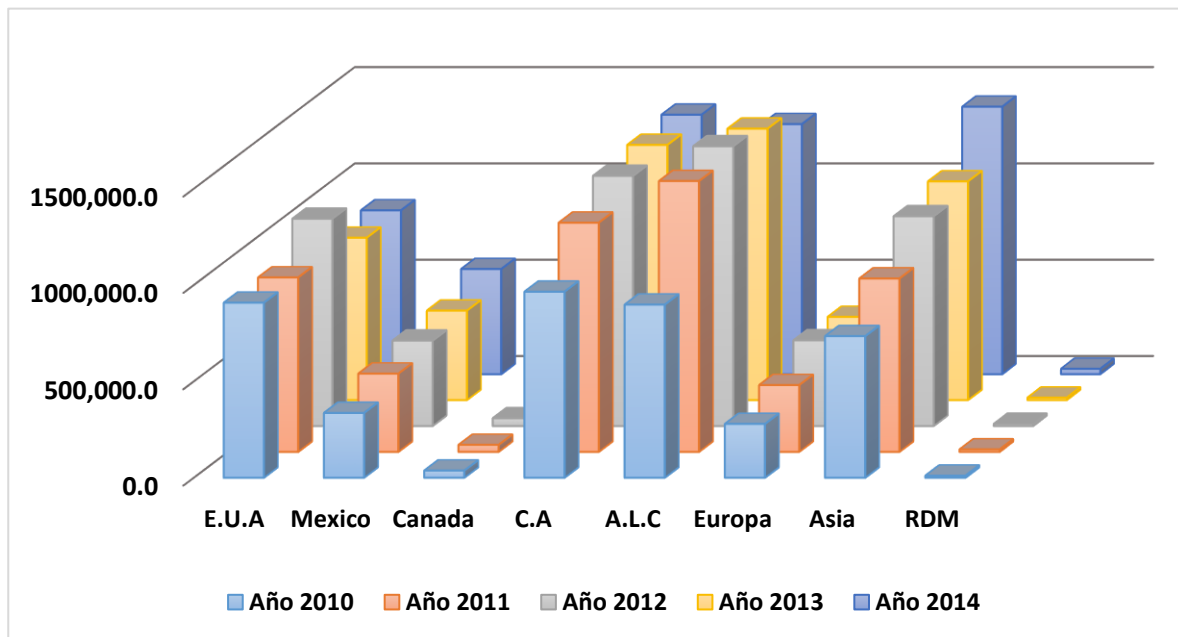
**Tabla IV.13: Monto total importaciones CIF por socios comerciales (Miles de dólares)**

Socio Comercial	2010	2011	2012	2013	2014
Estados Unidos	908,608.5	905,380.7	1,075,818.4	842,861.4	850,653.9
México	336,791.9	406,336.4	443,188.7	464,649.0	545,809.6
Canadá	37,588.3	36,478.8	40,271.4	35,167.9	36,187.7
<b>Centro América</b>	<b>965,828.8</b>	<b>1,189,733.9</b>	<b>1,298,181.7</b>	<b>1,324,700.4</b>	<b>1,346,925.4</b>
Costa Rica	350,209.2	438,160.0	462,428.9	477,420.1	464,513.4
El Salvador	197,492.1	234,030.5	320,608.0	278,633.7	284,431.4
Guatemala	280,331.1	347,806.4	350,959.4	359,276.9	379,361.9
Honduras	137,796.4	169,736.9	164,185.4	209,369.7	218,618.7
<b>América Latina y Caribe</b>	<b>898,769.9</b>	<b>1,405,714.1</b>	<b>1,451,919.5</b>	<b>1,408,917.1</b>	<b>1,297,875.1</b>
Cuba	3,561.6	1,328.8	2,622.4	1,498.0	2,728.6
Ecuador	31,151.8	9,966.9	8,193.2	8,741.3	7,167.4
Bolivia	183.5	377.4	2,347.0	3,878.3	677.7
Venezuela	669,381.9	1,139,838.8	1,176,762.7	1,064,410.2	968,449.7
Resto de América Latina y Caribe	194,491.0	254,202.3	261,994.3	330,389.2	318,851.6
<b>Europa</b>	<b>279,536.0</b>	<b>347,129.0</b>	<b>444,679.9</b>	<b>431,972.5</b>	<b>382,628.5</b>
<b>Asia</b>	<b>735,040.2</b>	<b>900,123.9</b>	<b>1,088,574.3</b>	<b>1,135,312.9</b>	<b>1,388,241.4</b>
<b>RDM</b>	<b>10,992.5</b>	<b>12,844.5</b>	<b>11,418.5</b>	<b>12,928.5</b>	<b>28,158.6</b>
<b>Total Imp. CIF</b>	<b>4,173,156.0</b>	<b>5,203,741.2</b>	<b>5,854,052.6</b>	<b>5,656,509.7</b>	<b>5,876,480.1</b>

Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).

Durante el periodo 2010 – 2014 los principales orígenes de las importaciones de Nicaragua fueron Centroamérica (incluyendo Panamá), EEUU (incluyendo Puerto Rico e Islas Vírgenes EUA), China (incluyendo Hong Kong), México y Venezuela, en ese orden, registrando una participación conjunta del 71.1 por ciento con relación al total importado por Nicaragua. El restante 30.0 por ciento correspondió a compras realizadas en Antillas Holandesas, Unión Europea, Japón, Brasil, Tailandia, India, Corea del Sur, Chile, Rusia, Canadá, Argentina, Taiwán, Uruguay, Colombia, Perú, entre otros.

**Gráfica IV.10: Principales socios comerciales**



Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).

Entre los principales bienes importados por región se obtuvo que: Desde la región Centroamericana se traen bienes como medicinas, pan, galletas, cemento hidráulico, aceite comestible, jugos naturales, envases de plástico, pinturas, barras de hierro, papel higiénico, láminas de zinc, jabones, preparaciones para la industria de bebidas, cigarrillos, bolsas plásticas, agua mineral y gaseada, detergentes, confites, tubos y accesorios de tubería de plástico, embutidos de carne, salsa de tomate, herbicidas, harina de trigo, etc. Las compras en el mercado europeo destacan el incremento de las importaciones de bienes como generadores eléctricos, billetes de banco, construcciones de hierro y sus partes, remolcadores, dragas, entre otros.

Las importaciones desde México han incrementado en los periodos analizados y la unión europea ha presentado un incremento en los primeros 4 años 2010 al 2013 y una disminución en las importaciones en el año 2014. Las importaciones procedentes del mercado internacional sobresalen el incremento de las compras de petróleo, televisores, cosméticos, refrigeradoras, vehículos, productos de aseo personal, entre otros.

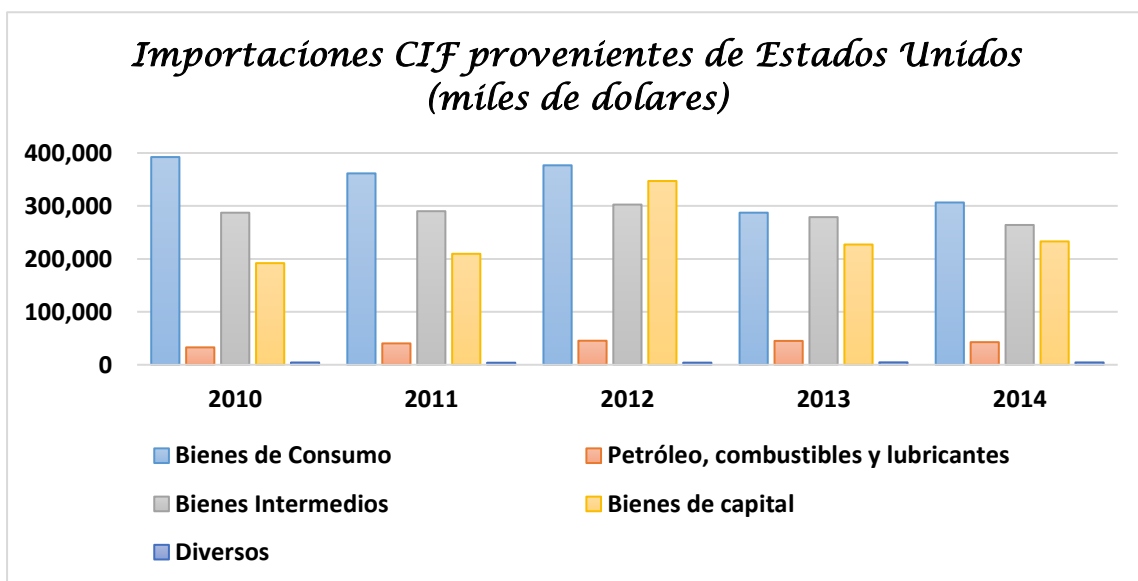
Por último, las importaciones procedentes desde los países o regiones con las cuales Nicaragua mantiene en vigencia acuerdos comerciales (EEUU, C.A., Venezuela, Taiwán, Unión Europea, México, República Dominicana y Chile) representan en un 61.6 por ciento

del total importado en los años analizados respectivamente resaltando los años 2012, 2013, 2014. Todo esto debido a la postura económico política orientada a una mayor apertura comercial con países miembros de la región todas estas gracias los distintos Tratados de Libre Comercio, acuerdos, y marcos de integración económica firmados en el plazo analizado que sirvieron para abrir nuevos mercados sin trabas para los distintos bienes y servicio de exportaciones e importaciones nicaragüenses y al igual que factores económicos externos como la recuperación económica de Estados Unidos, la caída del precio del barril del petróleo, el crecimiento económico de la región o al menos su estabilidad político social, la estabilidad del precio de los commodities todo esto al margen de la política económica nacional orienta en el PNDH.

#### 4.3.1 Evolución de las importaciones provenientes de Estados Unidos

Estados Unidos ha sido siempre el principal socio comercial de Nicaragua como principal comprador de los bienes producidos por Nicaragua al igual que es el principal importador de bienes de Nicaragua en este se resalta el crecimiento de las importaciones de medicinas, residuos para alimento de animales, calzado y artículos de prendería, abonos minerales, vehículos, electrodomésticos, trigo, carne de cerdo, productos a base de cereales, entre otros. La participación del mercado estadounidense en el año 2012 fue la de mayor incidencia registrada en el periodo con un monto total de 1, 075,818.4 luego valor total de las importaciones se vio disminuido debido al estado recesivo de la economía norte americana.

**Gráfica IV-11: monto de importaciones de Estados Unidos por tipo de bien**



Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).



**Tabla IV.14: Monto total importaciones CIF provenientes de Estados Unidos (Miles de dólares)**

<b>Importaciones CIF provenientes de Estados Unidos (miles de dólares)</b>					
<b>Año</b>					
<b>Tipo de bienes</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Bienes de Consumo</b>	392,283.9	361,456.4	376,716.4	287,246.0	306,501.1
<b>Petróleo, combustibles y lubricantes</b>	32,879.9	40,378.7	45,432.8	45,063.0	42,702.5
<b>Bienes Intermedios</b>	287,190.1	290,056.9	302,545.8	278,845.3	264,047.4
<b>Bienes de capital</b>	191,939.9	209,576.3	347,064.2	227,134.3	232,978.0
<b>Diversos</b>	4,314.7	3,912.4	4,059.2	4,572.7	4,424.9
<b>Monto total importado</b>	<b>908,608.5</b>	<b>905,380.7</b>	<b>1,075,818.4</b>	<b>842,861.4</b>	<b>850,653.9</b>

Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).

En la tabla anterior se observa como en el año 2010 los tres principales bienes que importó Nicaragua de Estados Unidos fueron: los bienes de consumo con un monto total de US\$ 392,283.9 equivalentes al 21 por ciento del total importado ese año de Estados Unidos, luego en segundo lugar siguen los bienes intermedios US\$ 287,190.1 en este caso equivalieron al 32 por ciento del total importado por Estados Unidos, en tercer lugar nos muestra las importaciones de bienes de capital US\$ 191,939.9 equivalentes al 21 por ciento del total importado, el restante 26 por ciento está dado por las importaciones de petróleo, combustibles, lubricantes y bienes diversos.

En el año 2011 la dinámica fue bastante similar con el único cambio referido a la reducción de las importaciones de bienes de consumo que en este caso registraron un monto de US\$ 361,456.4 equivalentes al 40 por ciento del total importado desde Estados Unidos, así como también un leve incremento en los bienes intermedios registrando un valor a US\$ 290,056.9 que equivaldrían a un similar 32 por ciento igual registrado en 2010 y los bienes de capital a US\$ 209,576.3 que equivalen al 23 por ciento del total importado, el restante 5 por ciento está dado por las importaciones de petróleo, combustibles, lubricantes y bienes diversos.



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



Para el año 2012 hubo un cambio en la prioridad en el gasto incurrido de los bienes importados desde Estados Unidos, aunque en primer lugar siguen los bienes de consumo con un valor total de US\$ 376,716.4 que equivaldrían a el 35 por ciento del total importado, el cambio se reflejó en 2012 es el gasto que se incurrió en bienes de capital cuyo monto fue US\$ 347,064.2 que equivaldrían a 32 por ciento del gasto total; 9 por ciento mayor al del año 2011 así como el restante 5 por ciento está dado por las importaciones de petróleo, combustibles, lubricantes y bienes diversos.

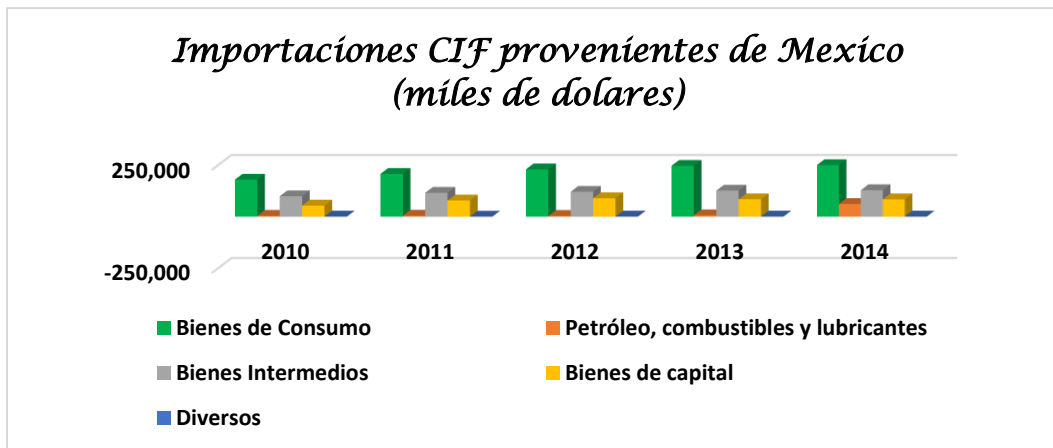
Para el año 2013 hubo gran reducción de los bienes importado desde Estados Unidos notables en la reducción porcentual de los tres primordiales bienes importados, los bienes de consumo con un gasto de US\$ 287,246.0 que equivalen a 34 por ciento del total, mientras que la importación de bienes de intermedios se redujo hasta un monto de US\$ 278,845.3 cuyo porcentaje seria de 33 por ciento y por último la reducción del gasto en los bienes de capital a US\$ 227,134.3 que equivaldría a el 27 por ciento del gasto importado en el año 2013, así como el restante 6 por ciento está dado por las importaciones de petróleo, combustibles, lubricantes y bienes diversos.

En el año 2014 la tendencia fue similar al total importado ya que se presentó un valor aproximado al del año anterior 2014 gasto total importado US\$ 850,653.9 el cual los bienes de consumo con un valor de US\$ 306,501.1 que equivalen al 36 por ciento del total gastado, luego los bienes intermedios con un monto de US\$ 264,047.4 equivalentes al 31 por ciento del gasto total incurrido, en tercer lugar los bienes de capital con un monto de US\$ 232,978.0 cuyo porcentaje es el 37 por ciento del gasto total importado de bienes provenientes de Estados Unidos y como el restante 6 por ciento similar años anteriores está dado por las importaciones de petróleo, combustibles, lubricantes y bienes diversos.

#### 4.3.2 Evolución de las importaciones provenientes de México periodo 2010 – 2014

Las relaciones comerciales de Nicaragua y México se han desarrollado en los 5 años analizados permitiendo que productos provenientes de México entren en el mercado nicaragüense y los nicaragüenses en el mercado mexicano.

**Gráfica IV-12: Valor de las importaciones procedentes de México por tipo de bien**



Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).

**Tabla IV.15: Monto total de importaciones CIF provenientes de México (Miles de dólares)**

Importaciones CIF provenientes de México (miles de dólares)					
Año					
Tipo de bienes	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Bienes de Consumo</b>	179,394.8	207,475.7	229,376.2	246,618.3	271,225.9
<b>Petróleo, combustibles y lubricantes</b>	4,132.4	4,602.7	3,412.5	6,722.0	61,451.4
<b>Bienes Intermedios</b>	98,966.3	115,501.2	120,639.7	126,434.6	128,451.7
<b>Bienes de capital</b>	53,704.9	78,390.1	89,219.6	84,330.1	84,130.5
<b>Diversos</b>	593.5	366.6	540.8	544.0	550.1
<b>Monto total importado</b>	<b>336,791.9</b>	<b>406,336.4</b>	<b>443,188.7</b>	<b>464,649.0</b>	<b>545,809.6</b>

Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).

Entre los cuales se destacan las importaciones de medicamentos para uso humano; preparaciones capilares; preparaciones para la alimentación infantil; perfumes y aguas de tocador; papel higiénico; televisores; vehículos para el transporte de mercancías; hilos, cables y demás conductores eléctricos; preparaciones de belleza; tampones higiénicos, pañales y similares; placas y baldosas de cerámicas; vehículos automóviles para el transporte de personas; desodorantes corporales; refrigeradoras, congeladores y demás máquinas y aparatos para producción de frío; papel y cartón recubiertos e impregnados o revestidos de plástico; acumuladores eléctricos; computadoras y sus partes; navajas y máquinas de afeitar; jabón de tocador o medicinal; demás preparaciones alimenticias; libros y folletos y similares; insecticidas; taponos y tapas, cápsulas para botellas de metal; alambres, varillas, tubos, electrodos para soldadura; manufacturas de yeso; construcciones de hierro y sus partes; aceites y grasas lubricantes; transformadores eléctricos; botellas, frascos y similares de plástico; y tractores.

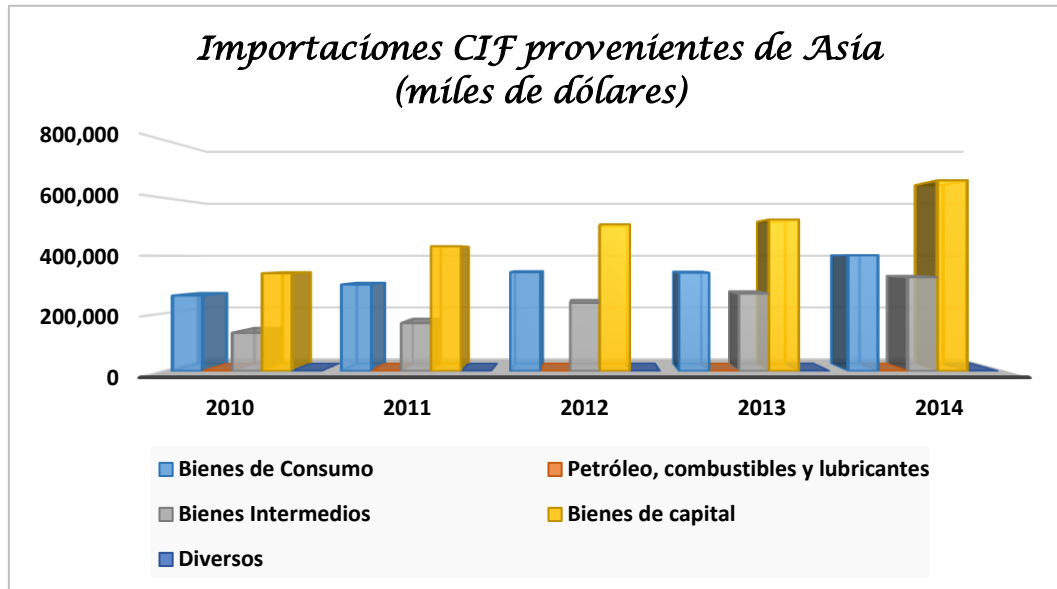
Los gastos totales de importaciones provenientes de México incrementaron del 2010 al 2011 en un 17.11 por ciento este incremento se ve reflejado en todas las clasificaciones de bienes exceptuando los bienes diversos que registraron una disminución de 38.23 por ciento.

El incremento de los montos de las importaciones provenientes de México no solo se presentó en 2011 sino que además marco la tendencia en el periodo analizado ya que en 2012 incrementaron 8.31 por ciento en todos los bienes en este caso exceptuando el gasto incurrido en petróleo, combustibles y lubricantes que disminuyo en 25.85 por ciento, en 2013 se presentó un incremento en el gasto total en 4.61 por ciento siendo el menor de los incrementos presentados en el periodo 2010 – 2014 ya que en 2014 se registró un incremento de 14.86 por ciento en el monto importado siendo este el único año donde todas las categorías de bienes provenientes de México presentaron un incremento pero en especial la categoría de petróleo, combustible y lubricantes cuyo incremento llego a hacer mayor al 800 por ciento en comparación con el total de petróleo, combustible y lubricantes del año 2013.

#### **4.3.3 Evolución de las importaciones provenientes del continente asiático**

China en los últimos años se ha ubicado como uno de los principales mercados abastecedores de la demanda de los agentes económicos y consumidores nicaragüenses, llegando a ocupar los primeros lugares en lo que a exportaciones se refiere a nivel mundial en los últimos años. Este crecimiento de las importaciones en los últimos años se asienta principalmente en bienes como celulares, computadoras, motocicletas, llantas, láminas de zinc, manufacturas de cuero, herbicidas, barras de hierro sin alear, abonos minerales, etc. Se ha convertido en el factor principal del incremento en las importaciones asiáticas:

**Gráfica IV-13: Valor importaciones desde el continente asiático por tipo de bien.**



Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).

Como se observa en la gráfica las importaciones de origen asiático han incrementado sin excepción alguna en el tipo de bien importado, pero en especial los mayores montos los reflejan los bienes de capital. En 2010 las exportaciones del continente de Asia significaban un 15 por ciento del total importado por Nicaragua en ese momento, este incremento se da en cada periodo analizado hasta llegar al 24 por ciento en 2014 es decir casi una cuarta parte del monto total importado significando alrededor de unos US\$ 1,388,241.4.

Reflejando así el poderío de las exportaciones asiáticas en los últimos años en los mercados internacionales y así como la participación de la economía taiwanesa en Nicaragua y los vínculos económicos, cooperación, culturales y comerciales entre ambos que han sido fortalecidos en los últimos años.

El gasto incurrido por Nicaragua en importar bienes y servicios asiáticos periodo 2010 - 2014 se presenta en la siguiente tabla:

**Tabla IV.16: Monto total importaciones CIF provenientes de Asia (Miles de dólares)**

<b>Importaciones CIF provenientes de Asia (miles de dólares)</b>					
<b>Tipos de bienes</b>	<b>Año</b>				
	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Bienes de Consumo</b>	262,077.5	300,278.8	342,993.4	341,275.3	401,638.9
<b>Petróleo, combustibles y lubricantes</b>	31.7	77.5	70.7	82.6	362.6
<b>Bienes Intermedios</b>	133,185.6	166,750.8	236,544.7	268,478.4	325,632.7
<b>Bienes de capital</b>	339,267.9	432,830.0	508,274.9	524,841.0	659,980.9
<b>Diversos</b>	477.4	186.7	690.5	635.5	626.4
<b>Monto total importado</b>	<b>735,040.2</b>	<b>900,123.9</b>	<b>1,088,574.3</b>	<b>1,135,312.9</b>	<b>1,388,241.4</b>

Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).

Como se observa en la tabla V.4 el monto total importado se ha incrementado a través del periodo 2010 – 2014. En 2010 las importaciones asiáticas alcanzaban el 14 por ciento del gasto importado equivalentes a US\$ 735,040.2 la tendencia fue explícitamente a incrementar hasta alcanzar en el año 2014 US\$ 1,288,241.4 que porcentualmente significaban el 26 por ciento del gasto total incurrido destinado a las importaciones realizadas por Nicaragua.

Las 2 principales categorías importadas son los bienes de capital y bienes de consumo que en el año 2010 representan 46 y 36 por ciento del gasto total importado, la tendencia ha sido al incremento ya que en 2011 el 48 y 33 por ciento del monto total. En 2014 último periodo analizado las importaciones de capital y bienes de consumo representaban un 48 y 29 por ciento del monto total importado en conjunto el 77 por ciento del gasto mostrando así la prioridad de Nicaragua en adquirir bienes de capital y consumo surgente de las economías asiáticas en especial la participación de Taiwán como principal socio comercial asiático de Nicaragua.

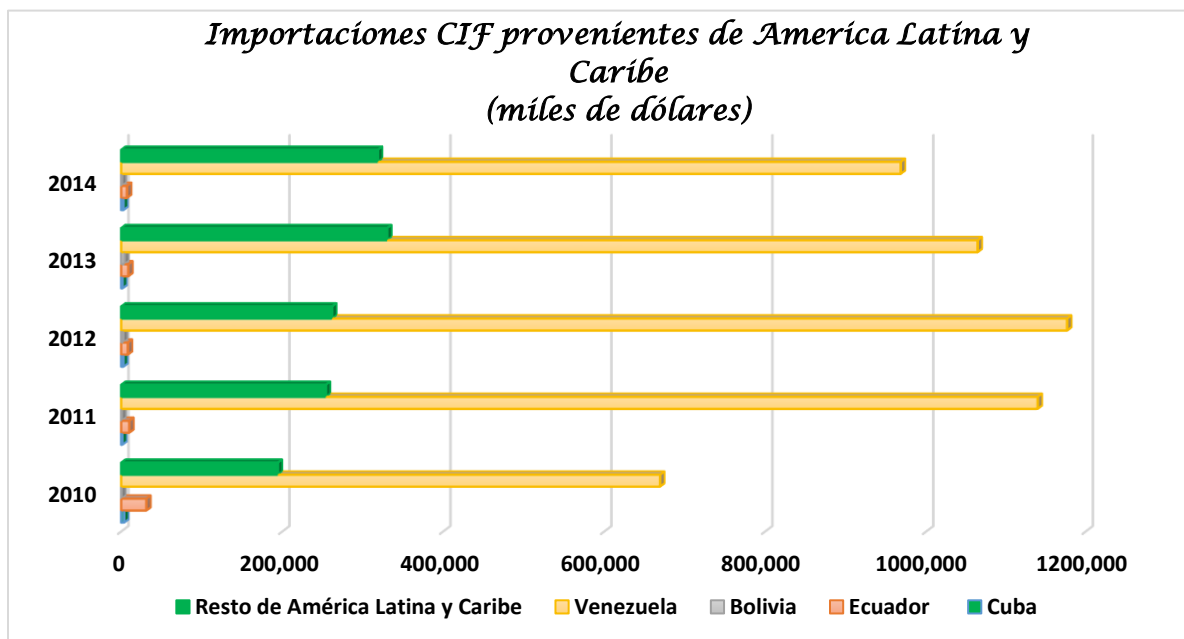
Mencionando además que algunos productos que Taiwán importa del mundo en cantidades importantes gozan de libre comercio para Nicaragua siendo este un factor relevante en el gasto incurrido. Nicaragua recibe desde Taiwán productos tales como:

Dispositivos de almacenamiento de datos, barras de hierro, medicamentos para uso humano, partes y accesorios de vehículos, placas, laminas, hojas y tiras de plástico, polímeros en formas primarias, aparatos y dispositivos que impliquen cambios de temperatura, aparatos para recepción y transmisión de voz e imagen.

#### 4.3.4 Evolución de las importaciones provenientes de América Latina y Caribe

En lo que respecta a América Latina y Caribe las importaciones originarias por esta región se representan en la siguiente gráfica:

**Gráfica IV-14: Valor importaciones desde América Latina y Caribe por tipo de bien**



Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).

La gráfica anterior nos muestra el grado de incidencia de las importaciones originarias de América Latina y Caribe del cual se observa claramente que el mayor gasto incurrido surge directamente de las importaciones venezolanas que en 2010 representaban el 75 por ciento del monto total importado desde América Latina y Caribe, seguido por el conjunto de países denominado el resto de América Latina y Caribe con el 22 por ciento. El restante 3 por ciento proviene de Bolivia, Ecuador y Cuba, el monto importado de este año alcanzó los US\$ 898,769.9.



Esta tendencia fue similar en 2012 donde las importaciones venezolanas alcanzaban el 81 por ciento del monto importado superando ampliamente el 19 por ciento que representaba el resto de América Latina y Caribe incluyendo a Bolivia, Ecuador y Cuba que significarían un monto en conjunto a los US\$ 1,451,919.5.

En 2013 el total importado desde la región disminuyó pasando de US\$ 1,451,919.5 a US\$ 1,408,917.1 representado una disminución del 3 por ciento del monto total de lo importado de América Latina y Caribe esto relacionado a la reducción del precio del petróleo que afectó directamente en la factura petrolera proveniente de Venezuela. Esta misma causa incidió en el año 2014 donde el total importado pasó de los US\$ 1,408,917.1 a los US\$ 1,297,875.1 es decir 8.5 por ciento menos comparado al año 2013. A continuación, se detalla los montos por país de la región de América Latina y Caribe:

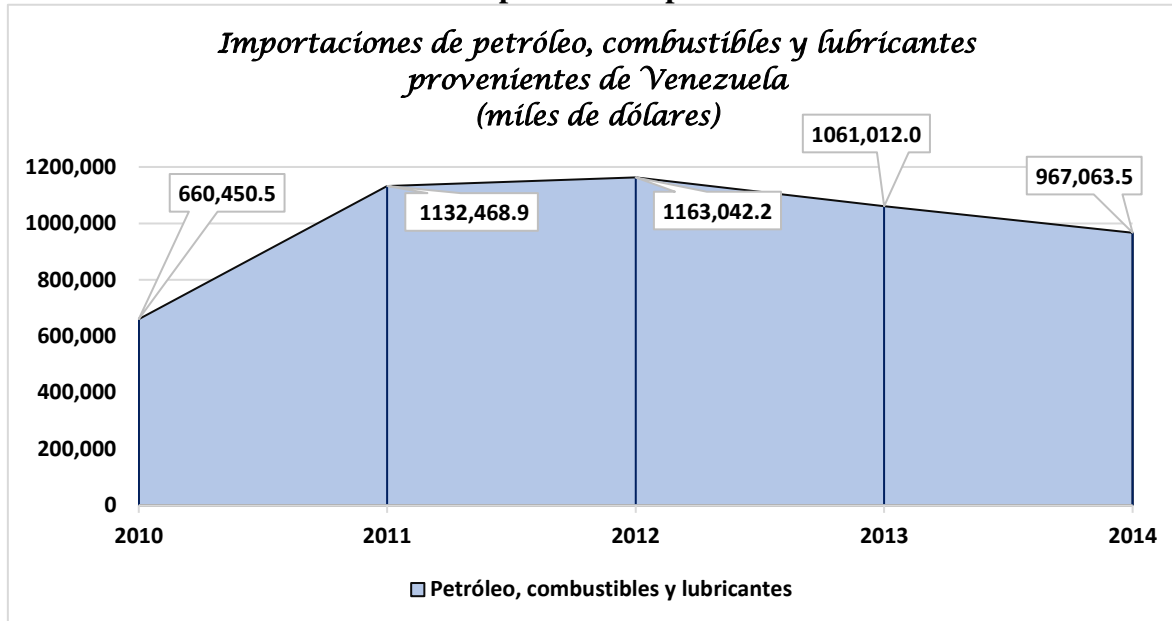
**Tabla IV.17: Monto total importaciones CIF provenientes de América Latina y Caribe (Miles de dólares)**

<b>Importaciones CIF provenientes de América Latina y Caribe (miles de dólares)</b>					
<b>Socio comercial</b>	<b>Monto importado por año</b>				
	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Cuba</b>	3,561.6	1,328.8	2,622.4	1,498.0	2,728.6
<b>Ecuador</b>	31,151.8	9,966.9	8,193.2	8,741.3	7,167.4
<b>Bolivia</b>	183.5	377.4	2,347.0	3,878.3	677.7
<b>Venezuela</b>	669,381.9	1,139,838.8	1,176,762.7	1,064,410.2	968,449.7
<b>Resto de América Latina y Caribe</b>	194,491.0	254,202.3	261,994.3	330,389.2	318,851.6
<b>Monto total importado</b>	<b>898,769.9</b>	<b>1,405,714.1</b>	<b>1,451,919.5</b>	<b>1,408,917.1</b>	<b>1,297,875.1</b>

Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).

Cabe observar que el mayor socio comercial de Nicaragua en América Latina y Caribe es Venezuela en especial a lo referido a las importaciones de petróleo que provienen de dicho país y con esta razón para detallar el peso de las importaciones venezolanas de petróleo y derivados se presenta la siguiente gráfica donde nos muestra la evolución de los montos incurridos por la importación de este bien esencial para las actividades económicas del país detalladas por el periodo analizado 2010 – 2014:

**Gráfica IV-15: Valor importaciones provenientes de Venezuela**



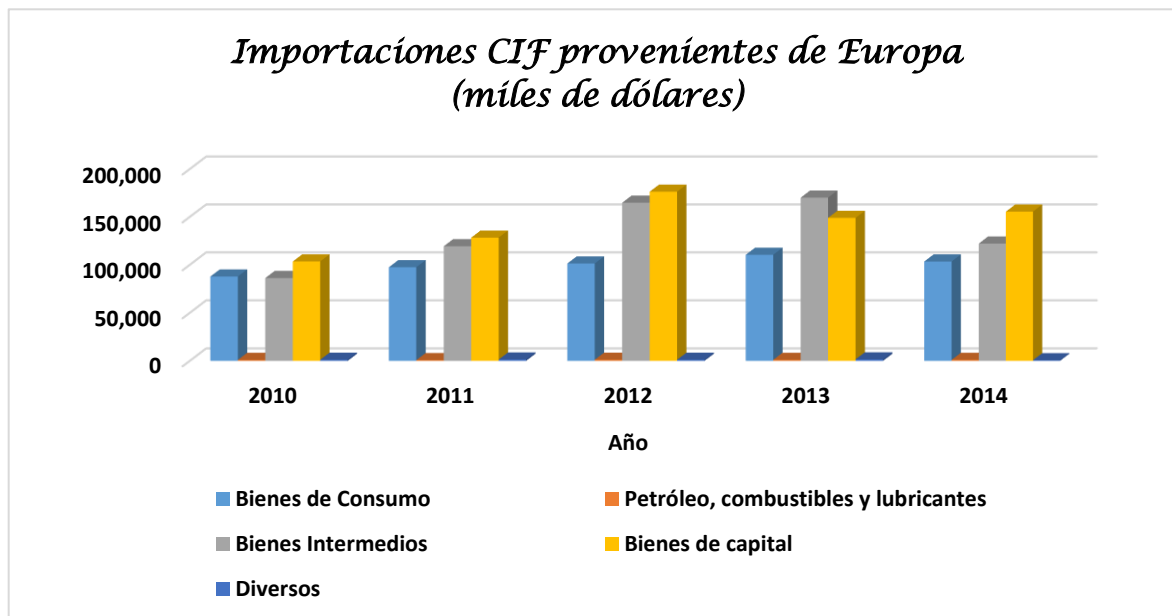
Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).

#### 4.3.5 Evolución de las importaciones provenientes de Europa

La unión europea es una comunidad política de derecho constituida en régimen de organización internacional, sui generis, nacida para propiciar y acoger la integración y gobernanza en común de los estados y los pueblos de Europa. Está compuesta por 28 Estados europeos y fue establecida con la entrada en vigor del Tratado de la Unión Europea (TUE), el 1 de noviembre de 1993.

Atraves del periodo 2010 – 2014 las importaciones provenientes de Europa muestran el siguiente comportamiento detallado por la siguiente gráfica:

**Gráfica IV-16: Valor importaciones provenientes de Europa**



Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).

Al igual que en Asia las principales importaciones provenientes del mercado europeo son los bienes de capital e intermedios cuyos montos en 2010 equivalen en conjunto al 66 por ciento del monto total importado, seguidos por los bienes de consumo con un 32 por ciento y el restante 2 por ciento por los bienes diversos y las importaciones de petróleo y combustible.

La tendencia de las importaciones fue a incrementar ya que en 2011 se incrementaron en 24.18 por ciento, en 2012 en un 28.10 por ciento es luego de este año en que las importaciones de Europa cambiaron su tendencia a reducirse en 2013 en un 2,85 por ciento comprado al año 2012 y en una reducción del 11,42 por ciento del año 2014.

Esto debido al estancamiento y contracción, la economía de la UE y la zona euro los datos desagregados por países miembros de la unión europea, indican no sólo que la recuperación de la actividad económica ocurre a diferentes velocidades entre los países, sino también que el crecimiento económico es aún vulnerable y lento; reflejando por un lado la desigualdad de la crisis inicial, y por otro lado las diferencias en cuanto a las necesidades de ajustes y reformas. En este sentido, los países que enfrentan tensiones han mostrado un crecimiento más moderado que el resto de miembros de la Unión europea afectando directamente de esta forma las relaciones comerciales establecidas con Nicaragua.

**Tabla IV.18: Monto total importaciones CIF provenientes de Europa (Miles de dólares)**

<b>Importaciones CIF provenientes de Europa (miles de dólares)</b>					
<b>Tipos de bienes</b>	<b>Año</b>				
	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Bienes de Consumo</b>	87,803.5	97,403.1	101,320.8	110,380.0	103,424.6
<b>Petróleo, combustibles y lubricantes</b>	934.3	703.0	1,076.4	978.3	995.5
<b>Bienes Intermedios</b>	86,216.2	119,345.1	164,863.2	170,090.2	122,123.1
<b>Bienes de capital</b>	103,445.5	128,346.6	176,284.6	148,995.1	155,463.8
<b>Diversos</b>	1,136.4	1,331.3	1,134.9	1,528.9	621.4
<b>Monto total importado</b>	<b>279,536.0</b>	<b>347,129.0</b>	<b>444,679.9</b>	<b>431,972.5</b>	<b>382,628.5</b>

Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).

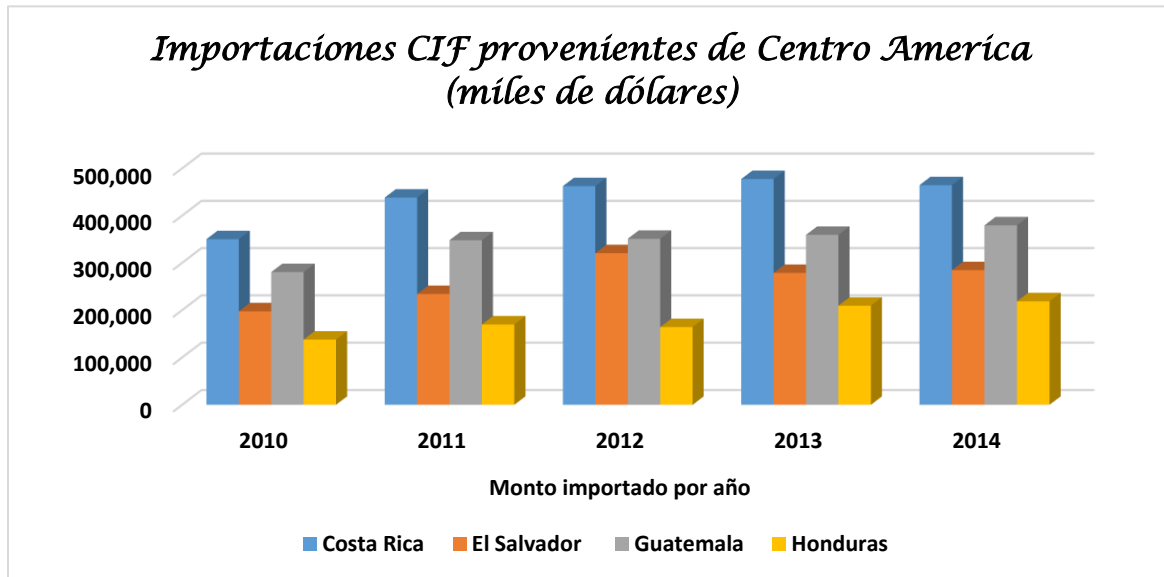
Con relación al valor total de las importaciones de Nicaragua, la unión europea se posicionó como el séptimo proveedor de productos a Nicaragua en el 2013. Cabe resaltar, que este importante bloque comercial ha venido abasteciendo de medicamentos para el consumo humano, de forma tal que desde 2012 fue el segundo proveedor de medicamentos para Nicaragua después de Estados Unidos. La participación de las importaciones de este producto específico desde la Unión Europea con respecto al total importado del mundo.

Los productos que se destacan con mayor participación en el total importado unión europea son las importaciones de medicamentos para uso humano, partes de generadores y electrógenos, aparatos para emisión, las demás manufacturas de hierro o acero, preparaciones para alimentación infantil, malta, transformadores eléctricos, máquinas y aparatos para la fabricación de alimentos o bebidas, vehículos automóviles para transporte de personas, fungicidas, vehículos automóviles para transporte de mercancías, abonos, hilos, cables y demás conductores eléctricos, construcciones y sus partes de hierro o acero, hortalizas frescas o refrigeradas, máquinas: para lavar vajillas, llenar, cerrar o tapar, botellas, latas, cajas, topadoras, niveladoras, palas mecánicas, excavadoras, compactadoras, reactivo de diagnóstico o de laboratorio, discos, cintas, partes de motores de émbolos, compuestos orgánicos-inorgánicos, motores, perfumes y aguas de tocador, preparaciones de belleza, de maquillaje y para el cuidado de la piel, bombas para líquidos, aparatos para corte, protección, o conexión de circuitos eléctricos, papel y cartón procesados y sus manufacturas, libros, folletos y similares, máquinas y aparatos y artefactos para cosechar o trillar, insecticidas, máquinas y aparatos para trabajar o fabricar productos de caucho o plástico, urea, aparatos

mecánicos para dispersas o pulverizar materias líquidas o polvos, medicamentos para uso veterinario, herramientas neumáticas, hidráulicas.

#### 4.3.6 Evolución de las importaciones provenientes de Centro América

**Gráfica IV-17: Valor importaciones provenientes de Centro América**



Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).

La grafica detalla el comportamiento de las importaciones por origen de país centro americano el cual Nicaragua importa bienes todo esto en marcado en el periodo 2010 – 2014 con el fin de mostrar el desarrollo histórico de las importaciones centro americanas y resaltar los principales socios comerciales en el área centro americana.

Los montos registrados en el periodo se detallan en la siguiente tabla:

**Tabla IV.19: Monto total importaciones CIF provenientes de centro américa (Miles de dólares).**

<b>Importaciones CIF provenientes de Centro América (miles de dólares)</b>					
<b>Socio comercial</b>	<b>Monto importado por año</b>				
	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Costa Rica</b>	350,209.2	438,160.0	462,428.9	477,420.1	464,513.4
<b>El Salvador</b>	197,492.1	234,030.5	320,608.0	278,633.7	284,431.4
<b>Guatemala</b>	280,331.1	347,806.4	350,959.4	359,276.9	379,361.9
<b>Honduras</b>	137,796.4	169,736.9	164,185.4	209,369.7	218,618.7
<b>Monto total importado</b>	<b>965,828.8</b>	<b>1,189,733.9</b>	<b>1,298,181.7</b>	<b>1,324,700.4</b>	<b>1,346,925.4</b>

Elaboración propia con datos del BCN (Importaciones CIF por principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).

Nuestro mayor socio comercial en el área centroamericana es costa rica cuyas importaciones hacienden al 36 por ciento del total importado en 2010 equivalentes a un monto de US\$ 350,209.2, seguido por Guatemala con el 29 por ciento del total importado equivalentes al US\$ 280,331.1. En tercer lugar, el Salvador con 21 por ciento semejante al US\$ 197,492.1 y en cuarto con el 14 por ciento Honduras su monto fue de US\$ 137,796.4.

En el año 2011 las importaciones provenientes de Costa rica representan el 37 por ciento del total importado ese año equivalente a unos US\$ 438,160 el cual refleja un incremento del 25 por ciento comparado al año 2010, al igual que el año anterior el segundo lugar es tomado por Guatemala con el 29 por ciento cuyo monto es US\$ 347,806.4. Seguido nuevamente por el salvador con el 20 por ciento que equivalen a US\$ 234,030.5.

En el año 2012 costa rica aun como nuestro principal socio comercial, aunque esta vez con el 35 por ciento US\$ 462,428.87 ya que en este año se nota la mayor participación del resto de países centroamericanos, por ejemplo, Guatemala que al igual que años anteriores representa el 27 por ciento equivalente a US\$ 359,276.9.

Este comportamiento fue general en todos los años costa rica en primer lugar seguido por Guatemala y Honduras los incrementos generales de las importaciones provenientes de centro américa en estos cinco años equivalen al 36.01 por ciento entre los bienes se destacan son los medicamentos para uso humano, aceite comestible, cementos hidráulicos, productos de panadería, pastelería o galletería, barras de hierro sin alear, botellas, frascos y similares de plástico, agua; incluida la mineral y la gaseada, láminas de zinc, cigarrillos de tabaco,



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



preparaciones para la industria de bebidas, bebidas a base de pulpas, jugos o leche, detergente en polvo, papel higiénico, placas, láminas, hojas y tiras de plástico, bolsas plásticas, artículos de confitería, pinturas y barnices.

Además, alimento preparado para animales, huevos de aves, fértiles, hilos, cables y demás conductores eléctricos, jabón de barra o en trozos, tetinas y chupetas para biberones, tubos y accesorios de tubería, de plástico, productos y compuestos inorgánicos, jugos de frutas, harina de trigo, prendas y complementos de vestir, de punto, preparaciones para salsa, condimentos y sazónadores, manufacturas de cemento, hormigón o piedra, herbicidas, otros abonos minerales, perfiles de hierro o acero sin alear, salsa de tomate, embutidos de carne, y por último los productos a base de cereales.



## **CAPÍTULO V: POLÍTICA COMERCIAL Y ENFOQUE GENERAL DE LOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO**

En este capítulo se analizará y se presentará los rumbos de las políticas económicas comerciales a la que ha optado por seguir Nicaragua así como los distintos Tratados de Libre Comercio (TLC) que son parte inherente en el desempeño económico del país; con el fin de mostrar una información concreta de lo que en término se refiere al cumplimiento de los objetivos alcanzados por el país para presentar los avances en los términos de materia de política económica dirigida al sector exterior, su incidencia en la economía y por tanto en el crecimiento económico de Nicaragua en el periodo del 2010 al 2014; pero primeramente se comenzará con conceptos en lo referido a política comercial y Tratados de Libre Comercio o TLC.

### **5.1 Evolución de la política comercial de Nicaragua en el periodo 2010 al 2014**

“La política comercial se define como el manejo del conjunto de instrumentos al alcance del estado, para mantener, alterar o modificar sustantivamente las relaciones comerciales de un país con el resto del mundo. La política comercial busca generar procesos de integración comercial entre los países y las distintas regiones del mundo”<sup>21</sup>.

#### **5.1.1 Política comercial y objetivos implementados en el año 2010**

Para el 2010 era primordial el aumento y la diversificación de la base exportadora, así como la búsqueda y la consolidación de nuevos mercados continuaron siendo los pilares fundamentales de la política comercial que Nicaragua implementó durante el 2010. Para lograr alcanzar los objetivos de la política comercial, se llegó al refuerzo de importantes avances en materia de negociaciones comerciales y aplicación de nuevos acuerdos comerciales que contribuyeron al fomento de las inversiones y exportaciones del país.

Una de las principales acciones realizadas en ese año, fue la conclusión de las negociaciones y firma del acuerdo de asociación entre Centroamérica y la unión europea donde se logró:

---

<sup>21</sup> Definición proporcionada por Johan Rodríguez de su artículo “Definiciones y conceptos de política comercial” del portal web <https://prezi.com> consultada el 14 abril del 2016.

Que la región centroamericana y Nicaragua en particular, consolidaron las preferencias arancelarias otorgadas bajo el sistema generalizado de preferencias (SGP+<sup>22</sup>). Además, Centroamérica logró excluir del programa de desgravación arancelaria los productos sensibles como: carne bovina, porcina y de pollo, arroz, aceites, frijoles, cebollas, papas, maíz, embutidos, ron, leche fluida, mantequillas y yogurt.

Así también es importante señalar que se logró la eliminación de los subsidios para todos los productos que se importen a la región con cero aranceles.

Es así como en el 2010 se logró que el balance general de la negociación resultó favorable para la región centroamericana en el programa de desgravación. En este sentido, Centroamérica cedió 47.9 por ciento del universo arancelario con libre comercio, en tanto la Unión Europea otorgó 91 por ciento; asimismo los plazos de desgravación acordados por Centroamérica se ampliaron entre 5 y 15 años, mientras la unión europea lo hará en plazos entre 3 y 10 años.

En lo que se refiere específicamente al sector agrícola, Centroamérica ofreció el ingreso con cero aranceles a 34 por ciento del total de las líneas arancelarias que clasifican a los productos agrícolas, excluyendo de este programa a los principales rubros que la región produce y exporta al mundo (27.8% del total). En el sector industrial, Centroamérica acordó bajo libre comercio 50.2 por ciento de los productos, en tanto la Unión Europea otorgó libre comercio al 99.2 por ciento del universo arancelario europeo.

Como ya estaba en el acuerdo suscrito con Panamá en 2009, a partir del 1 de enero del 2010 entró en vigencia la desgravación arancelaria establecida en el TLC. Adicionalmente, se llevó a cabo la reunión de la subcomisión administradora del TLC entre Centro América y Panamá, en donde se afirmaron decisiones referidas a reglas sobre los distintos procedimientos administrativos, centros de información y códigos de conducta, para el cumplimiento del acuerdo. En lo que avanza en materia de política comercial fue la conclusión de las negociaciones comerciales para la firma del TLC entre Centroamérica y Chile, y en específico el protocolo bilateral con Nicaragua. Debido a esta negociación se llegó que:

Nicaragua tendría el 97.5 por ciento del universo arancelario chileno. Así también se obtuvo un período de desgravación entre 5 y 10 años para bienes como: despojos de algunos animales, semillas oleaginosas, aceites, artículos de confitería, cacao en polvo, preparaciones a base de cereales, pellet de cereales, preparaciones alimenticias, desperdicios comestibles

---

<sup>22</sup> SGP (Sistema Generalizado de Preferencias): (Mecanismo unilateral de preferencias comerciales otorgado por la Unión Europea a países en desarrollo, a través del cual Nicaragua y el resto de países de Centroamérica exportan en la actualidad al mercado europeo). fuente: consultada el 22 de abril del año 2015, <https://es.wikipedia.org/wiki/SistemaGeneralizadodePreferencias>.

de la industria alimentaria, maíz, arroz, azúcar, jarabe de arce, cementos y neumáticos nuevos.

Así como la exclusión de productos por Chile como ganado en pie bovino, trigo, harina de trigo, glucosa, fructosa, cueros y pieles enteros, neumáticos usados y artículos de prendería. Por otro lado, Nicaragua excluyó bienes como alcohol etílico absoluto, ganado en pie bovino, arroz pre cocido, azúcar de caña, carne de pollo, carne de bovino, cerveza de malta, embutidos y productos similares, jamones, paletas de cerdo, preparaciones y conservas de carne, leche en polvo en gránulos y leche fresca.

El acuerdo entre Centroamérica, República Dominicana y Estados Unidos (CAFTA-DR) prosiguió con el periodo de desgravación establecido. De forma específica, se continuó con las asignaciones de cuotas específicamente en los productos alimenticios con desgravación arancelaria gradual, tales como la granza de arroz y oro, maíz amarillo, carne de cerdo, queso, helados, leche en polvo, mantequilla, maíz blanco, otros productos lácteos, piernas y muslos de pollo.

En 2010 se prosiguió con la estrategia de diversificación y consolidación del comercio exterior, al igual que continuaron las negociaciones para el ALBA-TCP, cuyos mecanismos permitirán intensificar el comercio entre las naciones participantes. En este año se llevó a cabo la primera ronda de negociaciones entre Ecuador y Nicaragua, con el objetivo de lograr la firma de un acuerdo comercial que permita promover y ampliar la integración, diversificación de intercambios, cooperación comercial y complementación económica.

Otro aspecto relevante fue que Nicaragua suscribió el tratado constitutivo del SUCRE<sup>23</sup>, mecanismo diseñado para facilitar el intercambio comercial, sin hacer uso de divisas, en el contexto de los países integrantes del ALBA.

Otro paso importante tomado por las autoridades en el proceso de integración comercial con América del Sur fue el avance en el proceso de adhesión de Nicaragua a la ALADI<sup>24</sup>. En el cual la organización aprobó la solicitud de adhesión de Nicaragua en la categoría de País de menor desarrollo económico relativo, lo cual constituye un elemento positivo en el proceso de inserción. Como parte de las acciones comerciales adicionales se continuó:

---

<sup>23</sup> SUCRE (Sistema Unitario de Compensación Regional) es un mecanismo de cooperación, integración y complementación económica y financiera, destinado a la promoción del desarrollo integral de la región latinoamericana y caribeña el cual fue creada el 17 de octubre de, y comenzó a operar a partir de enero de 2010, <http://www.sucrealba.org>.

<sup>24</sup> ALADI (asociación latinoamericana de integración, organismo internacional de ámbito regional. creado el 12 de agosto de 1980 en sustitución de la asociación de libre comercio ALALC), <http://www.aladi.org/sitioAladi/index.html>.

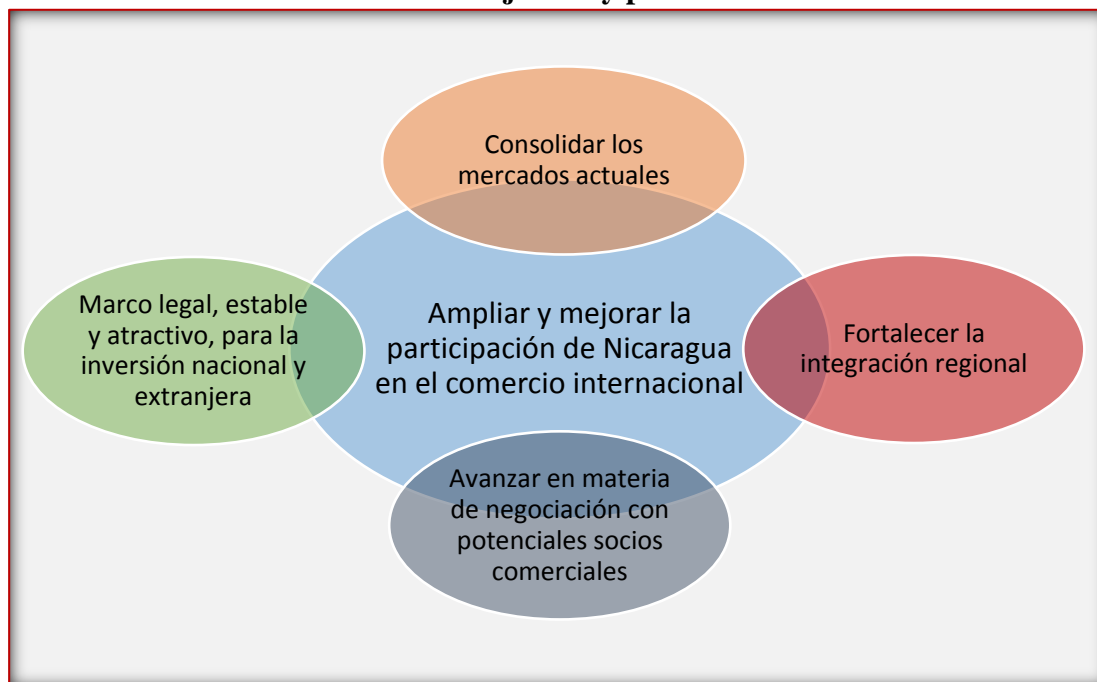
Implementando salvaguardias especiales de importación a bienes de consumo básico, prorrogando los correspondientes acuerdos ministeriales para la salvaguardia de quince productos alimenticios y relacionados con la higiene corporal.

Se incorporó bajo este tratamiento, dos tipos de aceite en bruto para procesamiento industrial, productos laminados, planos de hierro o acero, y mascarillas y guantes para su utilización en la prevención de la influenza H1N1. Con el fin de contribuir con las políticas sociales del gobierno.

### 5.1.2 Política comercial y objetivos implementados en el año 2011

Para el año 2011 la política comercial estuvo orientada a ampliar y mejorar la participación de Nicaragua en el comercio internacional para alcanzar este objetivo el gobierno nicaragüense tomo la implementación de las siguientes políticas.

**Ilustración V-1: Objetivos y políticas comerciales**



Entre los principales logros alcanzados durante el 2011 en materia de apertura comercial fue la suscripción del tratado de libre comercio único entre México y Centroamérica mediante el

cual se logró convergir en un solo instrumento los acuerdos comerciales que México pactó con el triángulo del norte<sup>25</sup>, Costa Rica y Nicaragua.

En el ámbito de acceso a mercados, todos los productos nicaragüenses podrán ingresar a México con arancel cero en 2012 (a excepción de los excluidos en el tratado) como resultado del TLC entre México y Nicaragua que entró en vigencia desde 1998.

Entre los otros beneficios de esta convergencia para Nicaragua cuenta el establecimiento de un mecanismo de acumulación de origen, el cual permitirá importar materia prima de cualquiera de los países que integran el acuerdo, y que los bienes finales gocen de las preferencias arancelarias.

En adición se obtuvo que la importación de insumos textiles procedentes de Estados Unidos y los bienes finales con destino a México, así como la importación de materias primas de terceros países en casos de desabastecimiento, serán considerados originarios.

#### **5.1.2.1 Asociación entre C.A y la Unión Europea**

En 2011 en lo que se refiere al acuerdo de asociación entre Centroamérica y la unión europea, se concluyó el proceso de revisión legal de los textos y la traducción. La comisión europea los ha presentado al consejo y al parlamento europeo para su discusión. Se previó suscribir el Acuerdo durante el transcurso de 2012. Se avanzó en las negociaciones para determinar la cantidad que cada país podrá exportar a la unión europea.

Además, se determinó las cuotas de exportación establecidas incluyeron productos como la carne bovina, azúcar, banano, arroz, almidón, ajo, maíz dulce procesado, ron a granel y atún, principalmente. En especial el caso del banano, ya que Nicaragua consiguió una desgravación de aranceles que inició desde 2010 partiendo de 148€ hasta llegar a 75€ por tonelada métrica en el año 2020. En cuanto a la carne bovina, Nicaragua logró una asignación adicional de 500 toneladas métricas. En textiles, la cuota para Nicaragua es de 8.75 millones de unidades, con una tasa de crecimiento de 9 por ciento anual, por un período de 5 años y con regla de origen de simple transformación.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Triángulo Del Norte (El TLC México-Triángulo del Norte (integrado por Guatemala, Honduras y El Salvador) fue suscrito el 29 de junio del 2000 y entró en vigor en marzo del 2001 y el TLC Costa Rica-México fue firmado el 05 de abril de 1994 y entró en vigencia en 01 de enero de 1995, <http://www.elnuevodiario.com.ni>.

<sup>26</sup> La regla de origen de simple transformación permite la importación de insumos de cualquier parte del mundo y que éstos sean considerados originarios, organización mundial del comercio. web oficial <https://www.wto.org>

### 5.1.2.2 Protocolo bilateral entre Nicaragua y Chile

Ya en 2011 se logró también la firma del protocolo bilateral Nicaragua - Chile, y el tratado de libre comercio Centroamérica - Chile, aprobado el 31 de agosto del 2010 por la asamblea nacional. El acuerdo que consiste en:

- Promover, proteger y aumentar las inversiones y crear procedimientos eficientes.
- Promover condiciones de competencia leal dentro de la zona de acción del tratado.
- Estimulación de la expansión y diversificación del comercio de bienes y servicios.

### 5.1.2.3 Integraciones y alianzas

En el marco del proceso de integración de la alianza Bolivariana para los pueblos de nuestra América (ALBA), se avanzó en la elaboración de una propuesta para definir el Espacio Económico del ALBA (ECOALBA). Esta iniciativa se planteó las bases para la negociación del Tratado de Comercio de los Pueblos (ALBA-TCP) para años venideros.

También se avanzó en la integración de Nicaragua a la asociación latinoamericana de integración (ALADI), con la aprobación de la adhesión a esta organización, en calidad de país de menor desarrollo relativo. Nicaragua gozará de la preferencia arancelaria regional, acceso a los mercados de los países miembros y la posibilidad de beneficiarse de las preferencias que los países miembros de ALADI se otorgan unilateralmente.

En el desarrollo al plan de acción de la integración regional Centroamericana y de acuerdo a informe de avances presentado durante la cumbre de relanzamiento de la integración regional Centroamericana, se destacan los siguientes resultados:

Se llegó al consenso de normativas regionales en múltiples temas, así como modificaciones arancelarias a través de 12 resoluciones del consejo de ministros de la integración económica (COMIECO). Se obtuvo la entrada del convenio marco de la unión aduanera.

En aspectos relacionados a facilitación de comercio se solucionaron problemas de acceso a mercados de El Salvador, Guatemala y Honduras, logrando resolver trabas de comercialización de los productos sensibles.



Se emitieron publicaciones en lo que se refería a contingentes arancelarios destinadas a:  
El abastecimiento de las materias primas para la producción nacional y del consumo. Esto era parte de las medidas para la estabilización del mercado y de los precios internos en el país, en cumplimiento de los acuerdos establecidos en los diferentes tratados comerciales.

Se acuerdos ministeriales de salvaguardias<sup>27</sup> especiales de importación, que incluyeron productos de primera necesidad tales como: harina de trigo, avena en hojuela, cebada en grano, otros productos elaborados a base de avena y cebada, pastas alimenticias, sardinas, jabones de tocador, mascarillas y guantes.

### 5.1.3 Política comercial y objetivos implementados en el año 2012

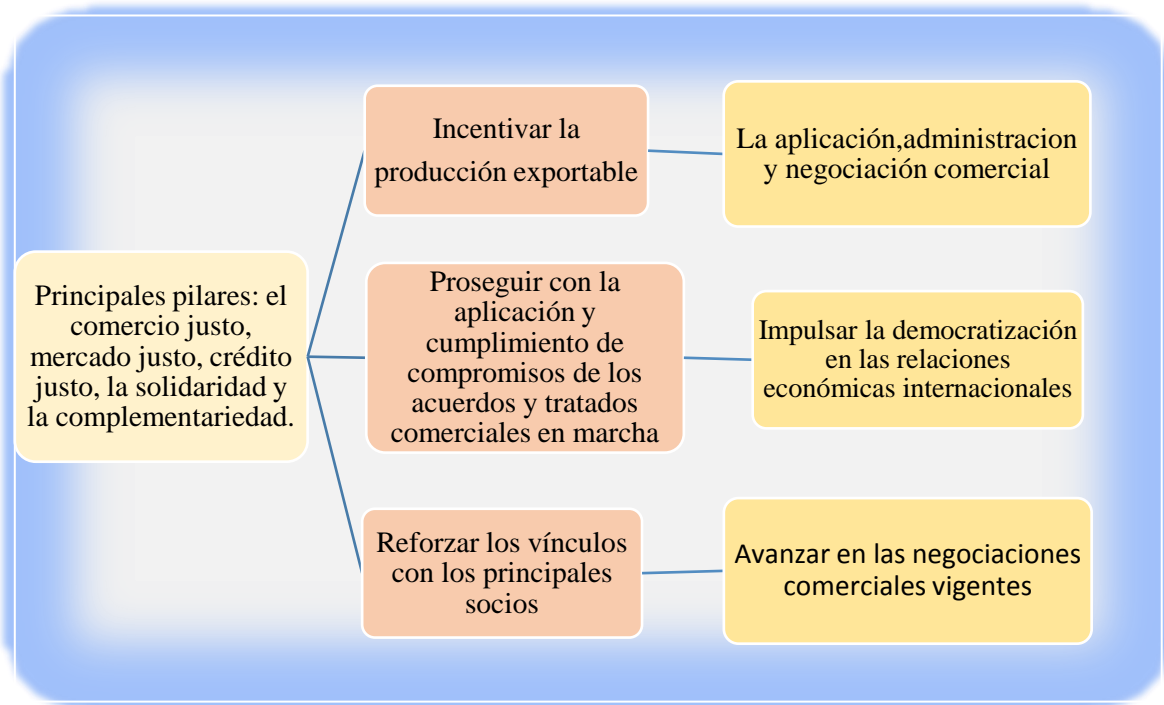
En el año 2012 hubo un cambio en la forma de planteamiento, formación y ejecución de la política comercial ya que en este año se ejecutó el primer Plan Nacional de Desarrollo Humano(PNDH) en cual estuvo basada todas la políticas económicas establecidas y a ejecutar en el país así como los objetivos y metas a alcanzar en el periodo de desarrollo del plan; cabe decir que es la primera vez que Nicaragua ejecuta un programa en el que se detalla el modo y conjuntos de medios necesarios para llegar a los objetivos y metas planteadas en el plan.

---

<sup>27</sup> salvaguardias: la salvaguardia es una medida que permite la reducción temporal de aranceles por un período definido, sin establecer límites en volumen, SICE diccionario de términos de comercio, web <http://www.sice.oas.org/dictionary>.



**Ilustración V.2: Objetivos y política comercial**



Como se observa la política comercial está definido en los pilares establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo Humano (PNDH 2012-2016), los cuales son comercio justo, mercado justo, crédito justo, solidaridad y complementariedad. En este sentido, la política comercial se orientó, a continuar creando condiciones que incentiven la producción exportable, sin menoscabo del mercado interno, a través de la aplicación, administración y negociación comercial.

En este contexto, la asamblea nacional ratificó mediante decreto la adhesión de Nicaragua a la asociación latinoamericana de integración ALADI. Entre los beneficios que tendría Nicaragua se encuentran el trato preferencial en materia arancelaria, el acceso inmediato a bienes industriales, aunque esto dependerá del resultado de la negociación bilateral entre los involucrados en el tratado.

### 5.1.3.1 Acuerdos comerciales y asociaciones

En materia de acuerdos comerciales se destaca la entrada en vigencia del tratado de libre comercio (TLC) con Chile y México. En este último se unificaron los acuerdos individuales de México con los países centroamericanos, de esta forma el nuevo tratado único permitirá:

- Agilizar el comercio entre los países.
- Contribuirá con el proceso de integración de la región Centroamericana.
- Así como la modernización de la normativa sobre los servicios y la inversión.

En relación al Acuerdo de asociación entre la unión europea y América Central, éste fue firmado y aprobado por la comisión europea. Donde, Nicaragua fue el primer país centroamericano en aprobarlo el 17 de octubre del año 2012. Con la entrada en vigencia de este acuerdo se espera que la unión europea desgrave el 91.2 por ciento del universo arancelario, mientras que Nicaragua desgravará solamente el 47.9 por ciento.

En lo que se refiere a la unión aduanera, Nicaragua continuó trabajando en la obtención de un sólo territorio aduanero, lo que agilizará el comercio inter y extra regional en Centroamérica en un contexto de mayor apertura comercial.

Es importante señalar que Nicaragua tuvo la presidencia pro t empore del sistema de integración Centroamericana (SICA) en el segundo semestre de 2012, la cual fue entregada en diciembre a Costa Rica. Por otro lado, se sostienen negociaciones con Panamá para mejorar el acceso a los contingentes de exportación en el caso de la carne bovina.

En adición se continuó con la aplicación y cumplimiento de los compromisos adquiridos en los acuerdos y TLC en vigencia. Asimismo, se transcurrió con el proceso de desgravación arancelaria correspondiente al calendario de desgravación de los TLC con Estados Unidos (CAFTA-DR), México, Taiwán, Republica dominicana y Panamá.

En 2010 Nicaragua aprobó el tercer examen sobre política comercial ante la organización mundial de comercio (OMC) para el período 2006-2011, como resultado de que el país promueve un régimen comercial abierto, con pocas restricciones en frontera y uso limitado de medidas no arancelarias. Por otro lado, se aplicó la quinta enmienda del sistema arancelario Centroamericano SAC<sup>28</sup>.

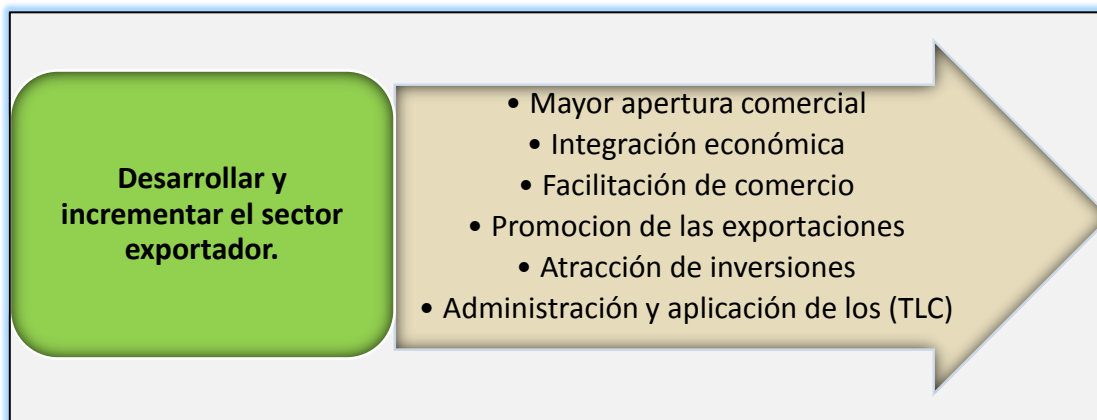
---

<sup>28</sup> SAC (Sistema Arancelario Centroamericano): realiza modificaciones en los sistemas arancelarios a nivel mundial cada cuatro años, debido a cambios en el comercio ya sea para adecuar los productos existentes o para incluir nuevos productos que surgen en el comercio.

### 5.1.4 Política comercial y objetivos implementados en el año 2013

En este año la política comercial siguió estando orientada a la inserción de la economía nacional en la economía mundial mediante la afirmación y la utilización de los destinos existentes y accesos a nuevos mercados. La guía base para conseguir estos objetivos ya planteados en el Plan Nacional de Desarrollo Humano (PNDH) que se implementa desde el año 2012 y que sirve para la planificación, desarrollo e implementación de todas las políticas económicas del país para los distintos sectores.

#### Ilustración V-3: Algunas medidas a desarrollar el sector exportador



#### 5.1.4.1 Tratados de Libre Comercio DR-CAFTA

Entre las principales acciones encontramos que el fortalecimiento comercial se enfatizó en la aplicación y el cumplimiento de los compromisos adquiridos en los TLC. De esta forma se logró la ejecución de los procesos de desgravación arancelaria establecidos ya en los TLC con Estados Unidos (CAFTA-DR), México, Taiwán, República Dominicana, Panamá y Chile.

En relación al uso de contingentes arancelarios de exportación, los contingentes establecidos en el CAFTA para azúcar y queso se hicieron efectivos en un 100 por ciento. Pero no así los de carne, mantequilla de maní y otros productos lácteos permanecieron sin utilizarse.

En lo que se acordó con los contingentes del TLC con Taiwán, se utilizaron los contingentes de azúcar cruda en 93.7 por ciento, azúcar refinada en 57 por ciento y cabe señalar que no se utilizó el contingente relacionado maní.

#### **5.1.4.2 Avance y desarrollo de las negociaciones, acuerdos comerciales de Nicaragua en el año 2013**

El año 2013 fue importante en lo que a temas de las negociaciones comerciales se refiere, uno de los principales avances fue la finalización de las negociaciones para un acuerdo de alcance parcial con Cuba, el cual tiene como objetivo la reducción arancelaria de productos de exportación.

Así como la integración del país a la asociación Latinoamericana de integración (ALADI), se continuaron las negociaciones con los miembros sobre la nómina de apertura de mercados<sup>29</sup>, en la cual aún está pendiente la negociación con Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú y México.

A partir del primero de agosto de 2013 entró en vigencia el pilar comercial del acuerdo de asociación entre Centroamérica y la unión europea. Este pilar de cooperación y diálogo político del acuerdo entrará en vigencia cuando sea aprobado por los parlamentos de todos los miembros de la Unión Europea. Se crearon distintos beneficios como, por ejemplo:

Nicaragua obtendrá beneficios como el acceso a los mercados europeos que haciende a 500 millones de consumidores el cual fue el destino del 10.6 por ciento de las exportaciones de mercancías nicaragüenses en 2013.

La oportunidad de una mayor diversificación de la oferta exportable y el crecimiento de la inversión extranjera directa.

El 30 de abril de 2013, se aprobó el decreto de ratificación de adhesión de Nicaragua al convenio internacional del cacao. Este convenio permitirá al país que pueda acceder a la asistencia técnica y el financiamiento del fondo común de productos básicos (FCPB) con el fin de aumentar la producción de cacao y lograr acceso a nuevos mercados en el exterior.

En el cual para 2013, Nicaragua exportó 5.4 millones de dólares, de los cuales sus principales mercados fueron Alemania, El Salvador y Guatemala. La continuación de los beneficios establecidos en el marco del reglamento Centroamericano de salvaguardia, se prorrogó en 2013 la vigencia de las aplicadas Al año anterior a productos destinados al abastecimiento de bienes de consumo básico para la población.

---

<sup>29</sup> Nómina de apertura comerciales (Consiste en una lista de productos a los cuales los miembros de ALADI de mayor desarrollo aplican un menor arancel a los países de ALADI con menor desarrollo), basándose en los principios de la no reciprocidad y de la cooperación comunitaria.

### **5.1.5 Política comercial y objetivos implementados en el año 2014**

La política comercial a realizar y ejecutar en el año 2014 continuó orientadas a la inserción de la economía nicaragüense al comercio internacional bajo las condiciones favorables y equitativas, así como conseguir nuevas y mayores oportunidades para todos los sectores de la economía nacional.

Estas acciones respondieron a la consecución de los objetivos de la política comercial externa, establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo Humano (PNDH), entre los cuales se enfatizan:

- El incremento y diversificación de las exportaciones.
- La atracción de inversiones.
- La complementariedad económica entre los principales socios.
- La solidaridad y el reconocimiento de las asimetrías de parte de los países de mayor desarrollo.

La inserción de Nicaragua en el comercio internacional en condiciones más justas y equitativas, con énfasis en las Micro, Pequeña y Mediana Empresas (MIPYMES).

Entre las principales acciones durante ese año se basaron en la buscar nuevos mercados para los bienes y servicios nicaragüenses; esto ya sea mediante las negociaciones de acuerdos comerciales y el aprovechamiento de los Tratados de Libre Comercio (TLC) ya vigentes.

#### **5.1.5.1 Negociaciones de nuevos acuerdos comerciales**

Uno de los principales avances fue la entrada en vigencia en octubre 2014 del acuerdo de alcance parcial entre Cuba y Nicaragua, el cual establece preferencias arancelarias y la eliminación de restricciones no arancelarias entre ambos países.

Además, se continuó con el proceso de adhesión de Nicaragua a la asociación Latinoamérica de integración ALADI a través de la negociación sobre la nómina de apertura de mercado, condición establecida para ser miembro de ALADI, quedando solamente pendientes las negociaciones con Colombia y Paraguay.



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



Asimismo, se continuó con las negociaciones del acuerdo de alcance parcial con Bolivia y Ecuador y se mantuvieron las negociaciones del acuerdo de complementación económica entre Nicaragua y Venezuela este tiene como objeto el otorgamiento de preferencias arancelarias y la eliminación o disminución de restricciones arancelarias.

Con relación al aprovechamiento de los TLC vigentes, se cumplió con la aplicación del proceso de desgravación establecidos en los TLC con Estados Unidos (CAFTA-DR), México, Taiwán, República Dominicana, Panamá y Chile en este caso se destaca que a partir de enero 2015 los productos industriales importados provenientes de los países miembros de dicho TLC (resto de países de Centroamérica, Estados Unidos y República Dominicana) entrarán libres de arancel a Nicaragua. Igualmente, en el año 2014 se implementaron políticas comerciales destinadas a garantizar el abastecimiento y procurar el establecimiento de precios justos de bienes de consumo e intermedios para la población.

De esta forma, el gobierno aprobó salvaguardias para aceite, harina de trigo, pastas alimenticias, sardinas enlatadas, preparaciones alimenticias a base de avena y cebada, productos de aseo personal, entre otros.

Adicionalmente, se abrieron nuevas salvaguardias para el mantenimiento de los precios de pollo, arroz, frijoles rojos y maíz blanco, al igual que mantequilla, leche en polvo y maíz amarillo. Es importante destacar que las salvaguardias para estos tres últimos productos tenían por objetivo el adecuado abastecimiento de materia prima para la producción nacional. En evaluación de la política comercial, el comercio con países con los cuales se tienen TLC vigentes ascendió a US\$ 2,149.6 millones en valor de exportaciones y US\$ 4,133.0 millones en importaciones, lo que fue equivalente a 81.7 por ciento y 70.3 por ciento del monto total de las exportaciones e importaciones, respectivamente.

Adicionalmente, Nicaragua exportó en 2014 alrededor US\$ 216.1 millones hacia la unión europea, según lo que corresponde al acuerdo de asociación entre Centroamérica y la unión europea, lo que representó 8.2 por ciento del total exportado.

Finalmente, el 31 de diciembre de 2014 se venció el régimen arancelario preferencial que otorgó Estados Unidos a Nicaragua a partir de 2006 en el marco del CAFTA-DR.

Este beneficio permitió un acceso preferencial al mercado estadounidense para las prendas de vestir producidas por la zona franca en Nicaragua, elaboradas con telas o hilazas no originarias de los países miembros del CAFTA-DR.

## 5.2 Evolución de los resultados de los Tratados de Libre Comercio firmados por Nicaragua en el periodo 2010 – 2014

“Un tratado de libre comercio es un acuerdo comercial entre dos o más países, o entre un país y un bloque de países que es de carácter vinculante (es decir, de cumplimiento obligatorio) y cuyo objeto es eliminar obstáculos al intercambio comercial, consolidar el acceso a bienes y servicios y favorecer la captación de inversión privada. Mediante la concesión de preferencias arancelarias mutuas y la reducción de barreras no arancelarias”<sup>30</sup>.

Con el fin de profundizar la integración de las economías, el TLC incorpora, además de temas comerciales, temas económicos, institucionales, de propiedad intelectual, laborales y medio ambientales, entre otros. De otro lado, para resguardar a los sectores más sensibles de la economía, el TLC apunta al fortalecimiento de las capacidades institucionales de los países que lo negocian y establece foros o mecanismos para arbitrar controversias comerciales.

Un TLC constituye un acuerdo integral, que incluye temas clave de la relación económica entre las partes. En el caso del acceso al mercado de bienes, aborda aspectos relacionados con barreras arancelarias y no arancelarias, salvaguardias, normas de origen, obstáculos técnicos, medidas sanitarias y fitosanitarias y mecanismos de defensa comercial.

El TLC incorpora también asuntos relativos al comercio de servicios (telecomunicaciones, financieros, profesionales, construcción, software, entre otros), al comercio electrónico y las compras gubernamentales, la promoción y protección recíproca de inversiones y la protección de los derechos de propiedad intelectual, el cumplimiento de las normas laborales y medioambientales y la aplicación de mecanismos de solución de controversias, y estos además tienen un plazo indefinido, es decir, se firman con vocación de perpetuidad para garantizar el libre comercio de bienes y servicios.

### 5.2.1 Importancia de los Tratados de Libre Comercio

Los Tratados de Libre Comercio son importantes pues se constituyen en un medio eficaz para garantizar el acceso de nuestros productos a los mercados externos, de una forma más fácil y sin barreras. Además, permiten que aumente la comercialización de productos nacionales, se genere más empleo, se modernice el aparato productivo, mejore el bienestar de la población y se promueva la creación de nuevas empresas por parte de inversionistas nacionales y extranjeros. Pero además el comercio sirve para abaratar los precios que paga el consumidor por los productos que no se producen en el país.

---

<sup>30</sup> Definición proporcionada por el portal web [www.acuedoscomerciales.gob.pe](http://www.acuedoscomerciales.gob.pe) consultada el 14 abril del 2016.



Estos su vez determinan la “zona de libre comercio”, denominada así porque las reglas que se disponen definen cómo y cuándo se eliminarán las barreras arancelarias para conseguir el libre paso de los productos y servicios entre las naciones participantes; esto es, cómo y cuándo se eliminarán los permisos, las cuotas y las licencias, y particularmente las tarifas y los aranceles, siendo éste uno de los principales objetivos del Tratado.

Además, el TLC propugna la existencia de "condiciones de justa competencia" entre las naciones participantes y ofrece no sólo proteger sino también velar por el cumplimiento de los derechos de propiedad intelectual. Con en el fin de promover las buenas relaciones comerciales y económicas de los países implicados en dicho tratado, acuerdo o integración.

### **5.2.2 Objetivos de los TLC**

Los objetivos de los TLC son el desarme arancelario: eliminar barreras arancelarias y no arancelarias para la exportación e importación de productos entre naciones. Derivado de este mayor flujo de mercancías, se aumenta la producción de productos nacionales, se genera empleo, hace a las empresas más competitivas, fomenta la creación de nuevas empresas, la inversión entre ambos países y la compra de productos extranjeros más baratos, además de facilitar los procedimientos aduaneros que en ocasiones resultan muy complejos entre determinados países.

Además, proporcionan la protección adecuada a los derechos de propiedad intelectual y establecen procedimientos eficaces para la aplicación del TLC y para la solución de controversias.

Fomentan la cooperación trilateral, regional y multilateral, entre otros países amigos ya que eliminan barreras que afecten o restrinjan el comercio entre los países al ofrecer una solución a litigios que presenta dichas actividades económicas y establecen procesos efectivos para la estimulación de la producción nacional.

Las ventajas que se obtienen son claras: refuerzan la estabilidad macroeconómica, además incrementan las exportaciones e importaciones y diversifican los mercados, al igual que refuerzan la seguridad jurídica y facilitan las reglas del juego en el comercio internacional.

En el lado opuesto podemos encontrar algunas desventajas como el consumo de muchos recursos de comités y grupos sectoriales que dedican muchas horas de trabajo, la competencia de otros países que venden sus productos mucho más baratos por tener bajos costes de producción, problemas medioambientales por exceso de producción no bien regulada.

Son imparables y su firma, sin duda, redundará en un mayor flujo comercial entre estados y la generación de empleo tan necesaria en muchos países para muchos países además significa la garantía de la actividad económica nacional y la estabilidad económica de la misma.

### 5.2.3. Principios fundamentales de los TLC

El TLC se basa en principios fundamentales de *transparencia*, *tratamiento nacional* y *de tratamiento como nación más favorecida*, todo ello representa un compromiso firme para la facilidad del movimiento de los bienes y servicios a través de las fronteras, ofrecer la protección y vigilancia adecuadas que garanticen el cumplimiento efectivo de los derechos de la propiedad intelectual; adoptar los procedimientos internos efectivos que permitan la aplicación e implementación del Tratado, establecer una regla de interpretación que exija la aplicación del TLC entre sus miembros y según los principios del derecho internacional.

El TLC permite que cualquier país o grupo de países trate de incorporarse a él, en los términos y condiciones convenidos por la comisión de libre comercio según los procedimientos nacionales de aprobación de cada país. Ya que todo país puede declarar que el tratado no se aplicará entre ese país y cualquier solicitante. El tratado prevé que la comisión establecerá los términos y condiciones de aceptación de cualquier solicitante.

## 5.3 Acuerdos unilaterales y bilaterales

### 5.3.1 Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea

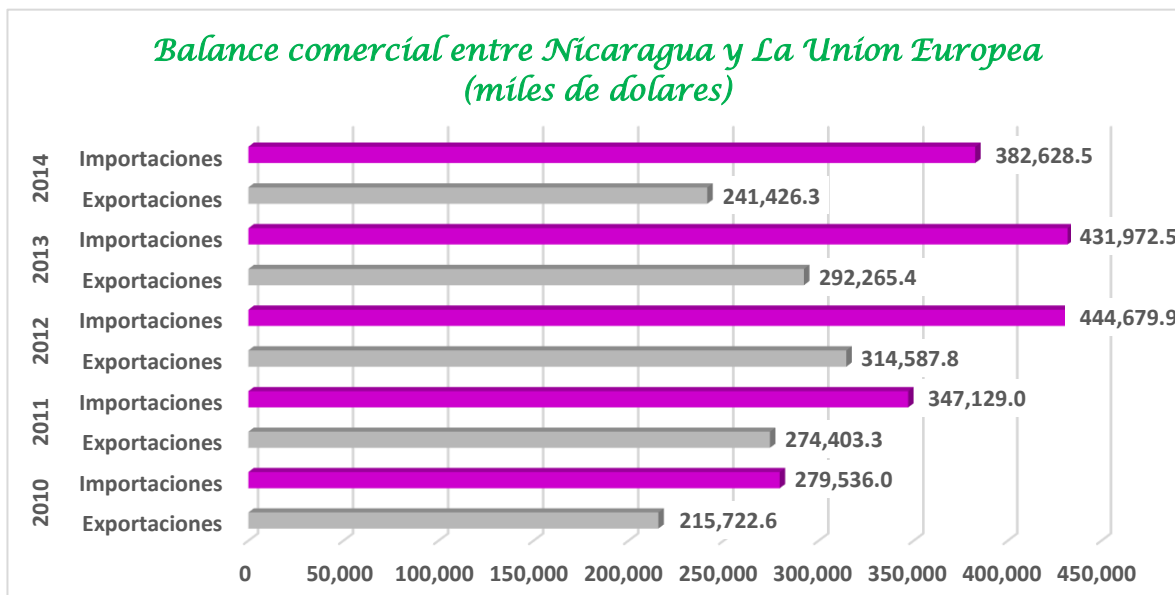
La negociación y firma del acuerdo de asociación entre Centroamérica y la unión europea, fue el resultado de una relación iniciada entre ambas regiones hace más de dos décadas, que ha ido evolucionando y diversificándose con el tiempo. Antes del acuerdo de asociación, la Unión europea otorgaba a preferencias comerciales unilaterales para los productos centroamericanos en el marco del sistema generalizado de preferencias (SGP+). Además, se reconocía como uno de los donantes más importantes para la región centroamericana, con una inversión en cooperación a nivel bilateral y regional equivalente a 860 millones de euros, durante el período 2007-2013.

Con la aprobación y entrada en vigencia<sup>31</sup> del acuerdo de asociación, se marcó el inicio de una nueva etapa en las relaciones entre Centroamérica y la unión europea, sentando las bases para crear una asociación estratégica de largo plazo, con un enfoque integral que va más allá de los asuntos meramente comerciales, y que pretende contribuir a consolidar el proceso de integración centroamericana sirviendo como un marco facilitador de adaptación de la región centroamericana a la economía moderna.

Gracias a este tratado las actividades comerciales entre Nicaragua y los países europeos se han abierto de tal manera que el intercambio comercial entre las naciones se ha visto beneficiado, significando para Nicaragua la oportunidad de exportar sus productos al continente europeo.

La siguiente grafica nos muestra el nuevo dinamismo entre las naciones:

**Gráfica V-1: Balance comercial entre Nicaragua y la unión europea**



Elaboración propia con datos del BCN (Exportaciones FOB, Importaciones CIF por Principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).

<sup>31</sup> El acuerdo de asociación entró en vigencia el 01 de agosto de 2013 para Nicaragua, Honduras y Panamá. El 01 de octubre de 2013 para El Salvador y Costa Rica, y el 01 de diciembre de 2013 para Guatemala. Informe de relaciones comerciales unión europea 2010 publicado por el MIFIC. marzo 2014

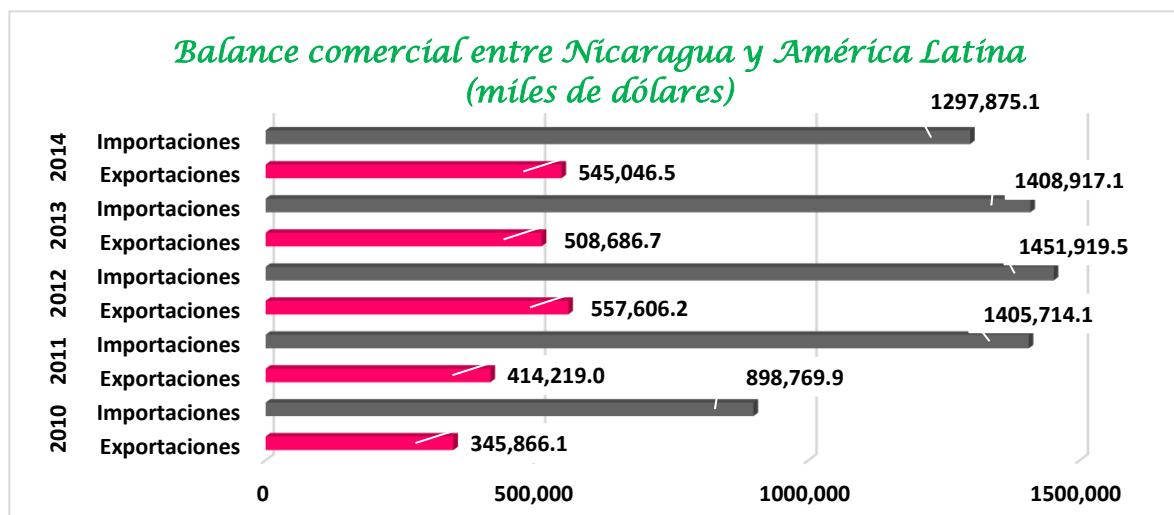
Como se observa las exportaciones de Nicaragua hacia Europa incrementaron desde el año 2010 hasta el 2012 alcanzando los US\$ 314,587 dólares luego se presenta una caída en los 2 años siguientes debido a la recuperación económica de la zona europea; para los países europeos este tratado ha también significado una nueva incursión de sus productos al área centro americana.

### 5.3.2 Tratado de libre comercio ALBA-TCP.

La alianza Bolivariana para los pueblos de nuestra América - tratado de comercio de los pueblos (ALBA-TCP) es una plataforma de integración de los países de América Latina y el Caribe, que pone énfasis en la solidaridad, la complementariedad, la justicia y la cooperación, que tiene el propósito histórico fundamental de unir las capacidades y fortalezas de los países que la integran, en la perspectiva de producir las transformaciones estructurales y el sistema de relaciones necesarias para alcanzar el desarrollo integral requerido para la continuidad de nuestra existencia como naciones soberanas y justas. Es, además, una alianza política, económica, y social en defensa de la independencia, la autodeterminación y la identidad de los pueblos que la integran.

En lo que respecta al intercambio comercial de Nicaragua con los países de América Latina es evidente que entre las naciones q más participa en las actividades comerciales es Venezuela debido al dinamismo de las exportaciones de crudo.

**Gráfica V-2: Balance comercial entre Nicaragua y América Latina**



Elaboración propia con datos del BCN (Exportaciones FOB, Importaciones CIF por Principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).

la gráfica anterior nos muestra la interacción comercial de Nicaragua con los países América latina el resultado de los 5 años que se tomaron como referencia para el análisis económico comercial, nos muestra el nivel de participación de las exportaciones de Nicaragua en américa latina todo esto gracia a la incursión del país en el ALBA que ha significado la inserción, intercambio de nuestro productos en los países de américa latina y caribe; y además aportar aquellos bienes necesarios para la normal actividad económica del país.

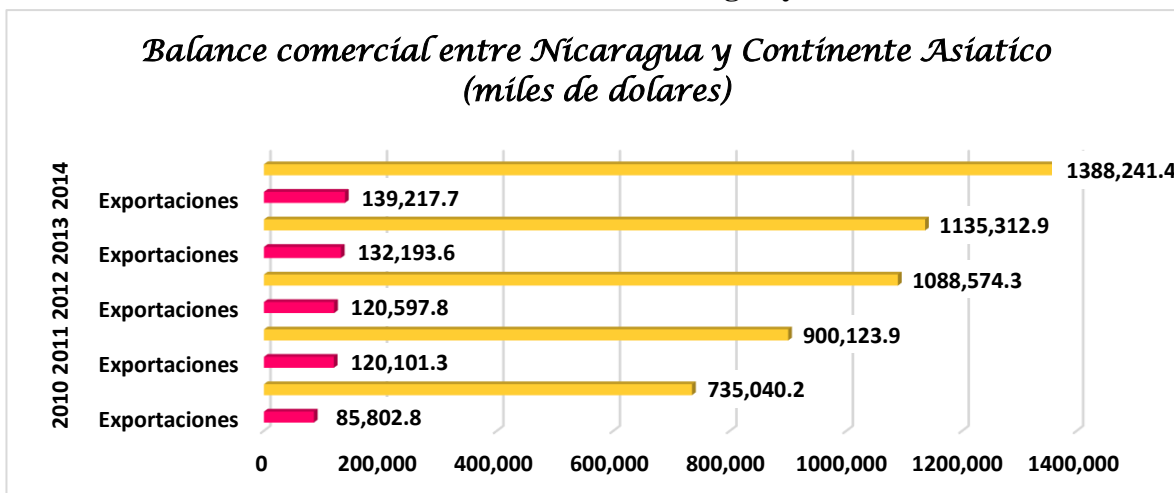
### 5.3.3 Acuerdo de complementación económica entre Centroamérica y Taiwán.

Las relaciones internacionales de Taiwán están marcadas por su complicada relación con la República Popular de China. Considerada como eje fundamental de su política en esta zona la política de “una sola China”, lo que significa que no mantienen relaciones diplomáticas con la República de China (Taiwán).

Nicaragua y Taiwán firmaron un Tratado de Libre Comercio (TLC) entre ambos países, el cual establece una desgravación arancelaria inmediata para el 85% de la producción nicaragüense exportable hacia esa nación insular asiática; dicho TLC se firmó en el 2006 y entró en vigencia en enero de 2008, experimentando un gran dinamismo a las exportaciones nicaragüenses hacia el país asiático desde esa fecha. A los seis años del tratado de libre comercio (TLC), se ha visto un incremento sustancial en las exportaciones de ambos países.

Conllevando a los siguientes resultados:

**Gráfica V-3: Balance comercial entre Nicaragua y Continente Asiático**



Elaboración propia con datos del BCN (Exportaciones FOB, Importaciones CIF por Principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).

Para Nicaragua el mercado asiático en especial el taiwanés es altamente atractivo, debido al alto poder adquisitivo de su población. Gracias al TLC bilateral entre Nicaragua y Taiwán, muchos de los bienes de la oferta exportable de Nicaragua gozan de libre acceso a dicho mercado, sacándoles ventajas a otros proveedores competidores dado que ellos se enfrentan en muchos casos a aranceles NMF<sup>32</sup> relativamente altos. Ejemplo de ello se puede mencionar la carne de bovino, leche, maní y azúcar.

Aun así, algunos bienes de interés comercial de Nicaragua aún no gozan de libre comercio, dado que sus respectivos aranceles están en proceso de desgravación según lo establecido en el TLC. Ejemplo de estos bienes son la leche en polvo, naranjas, preparaciones de chocolate, preparaciones de leche en polvo, helados y alcohol etílico. De los bienes sujetos a contingentes arancelarios, el azúcar es el que tiene la mayor demanda en el mercado taiwanés.

### 5.3.4 Tratado General de Integración Económica Centroamericana<sup>33</sup>

El tratado general de integración económica Centroamericana fue suscrito el 13 de diciembre de 1960, es el instrumento jurídico que establece el Mercado Común Centroamericano (MCCA), conformado por Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, mediante el perfeccionamiento de una zona de libre comercio y la adopción de un arancel centroamericano uniforme. Los países también se comprometen a constituir una Unión Aduanera.

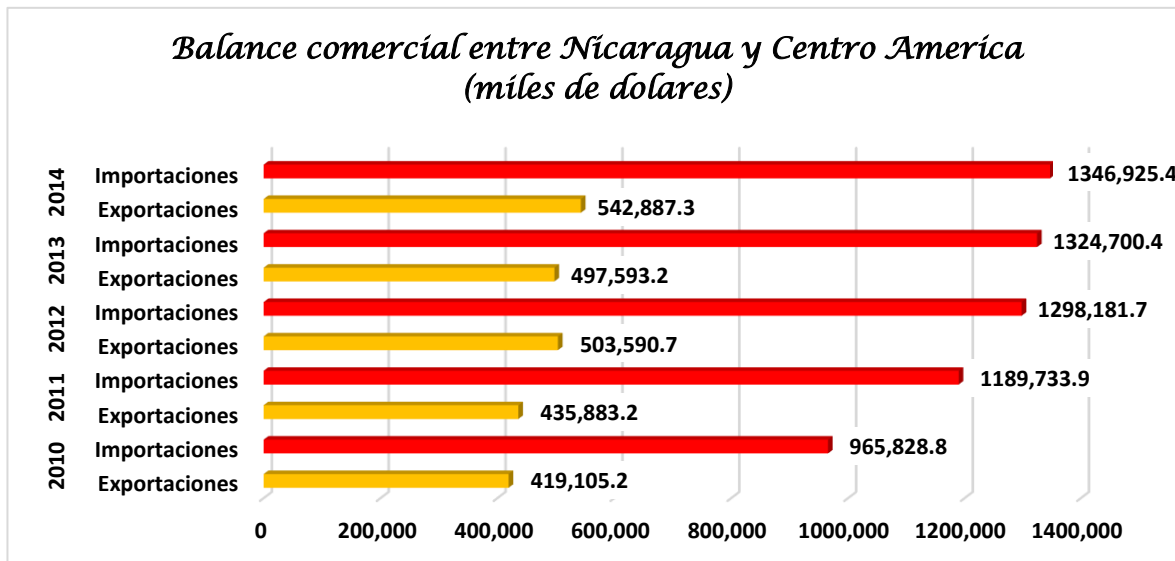
El objetivo básico del subsistema de integración económica es alcanzar el desarrollo económico y social equitativo y sostenible de los países centroamericanos, que se traduzca en bienestar de sus pueblos y el crecimiento de todos los países miembros, mediante un proceso que permita la transformación y modernización de sus estructuras productivas, sociales y tecnológicas, eleve la competitividad y logre una reinserción eficiente y dinámica de Centroamérica en la economía internacional. Forman parte del Subsistema de Integración Económica, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá, cuya incorporación se concretó en mayo de 2013.

---

<sup>32</sup> Arancel NMF por sus siglas nación más favorecida es un arancel normal no discriminatorio aplicado a las importaciones (excluye los aranceles preferenciales previstos en acuerdos de libre comercio y otros regímenes o aranceles aplicables en el marco de los contingentes). Significado proporcionado por el glosario de la OMC link: [https://www.wto.org/mfn\\_tariff\\_s](https://www.wto.org/mfn_tariff_s).

<sup>33</sup> Información proporcionada por el informe de relaciones comerciales de Nicaragua con los países de centro américa publicado por el ministerio de fomento industria y comercio MIFIC en marzo del año 2014.

**Gráfica V-4: Balance comercial entre Nicaragua y Centro América**



Elaboración propia con datos del BCN (Exportaciones FOB, Importaciones CIF por Principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).

Las oportunidades comerciales de Nicaragua con Centroamérica excluyeron los productos originarios de los países de la región que no gozan de libre comercio de conformidad al tratado de integración económica y que comprende a los cinco países en su conjunto como son el café sin tostar y el azúcar de caña, o bien a nivel de cuatro países con Costa Rica como el café tostado en el que está incorporado Nicaragua. También se excluyeron las bebidas alcohólicas y el alcohol etílico, que, aunque fueron liberados por el comité de integración económica, esta decisión fue de carácter parcial entre algunos países.

Es importante también aclarar que, para la identificación de los productos susceptibles de obtener oportunidades con Panamá, Para cada caso se identificaron treinta productos con comercio potencial indicativo (CPI), diecisiete de los cuales son coincidentes entre los países de Centroamérica y Panamá.

A comunes se refieren los productos de panadería pastelería o galletería; quesos; alubia común, seca desvainada; carne de bovino, deshuesada, congelada; galletas dulce; agua, incluida la mineral y la gasificada, azucarada; los demás aceites de soya y sus fracciones, incluso refinados; harina de trigo y de morcajo o tranquillón; carne de bovino deshuesada, fresca o refrigerada; queso fundido, excepto el rallado en polvo; fregaderos, lavabos, bañeras y similares de porcelana; helados y productos similares, incluso con cacao; los demás maíces; jabones, productos y preparaciones orgánicos tenso activos; las demás preparaciones alimenticias; tubos y perfiles huecos; granos aplastados o en copos de avena.



### 5.3.5 Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Centroamérica y República Dominicana (DR-CAFTA).<sup>34</sup>

El DR-CAFTA (*Dominican Republic-Central América Free Trade Agreement*, en inglés), o TLC (*Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos de América*, en castellano), es un tratado que busca la creación de una zona de libre comercio entre los países firmantes. Hace permanente los beneficios para el 80% de productos centroamericanos que brinda la Iniciativa de la cuenca del Caribe (ICC), abarcando un volumen comercial de treinta mil millones de dólares. Está compuesto por veintidós capítulos, divididos cada uno en artículos.

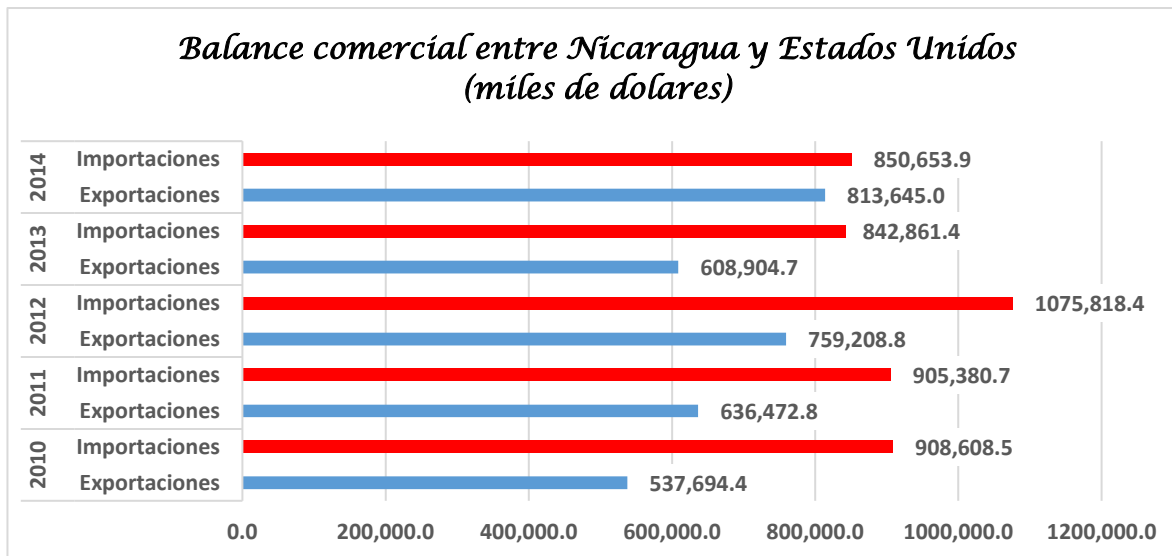
Para Nicaragua el CAFTA ha significado una oportunidad de crecimiento económico y de desarrollo ya que mediante las exportaciones de Nicaragua hacia los Estados Unidos aprovechando el potencial agrícola y mediante las exportaciones de ropa y la industria de confección de ropa.

La siguiente grafica muestra el resultado de la participación comercial del CAFTA en los productos nicaragüenses exportados al mercado de Estados Unidos y también la importancia de los bienes de Estados Unidos en la actividad de los mercados nicaragüenses.

---

7 información obtenida de la página web Wikipedia link directo:  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Tratado\\_de\\_Libre\\_Comercio\\_entre\\_Estados\\_Unidos,\\_Centroam%C3%A9rica\\_y\\_Rep%C3%BAblica\\_Dominicana](https://es.wikipedia.org/wiki/Tratado_de_Libre_Comercio_entre_Estados_Unidos,_Centroam%C3%A9rica_y_Rep%C3%BAblica_Dominicana). Consultada el 26 de agosto del 2016.

**Gráfica V-5: Balance comercial entre Nicaragua y Estados Unidos**



Elaboración propia con datos del BCN (Exportaciones FOB, Importaciones CIF por Principales socios comerciales periodo 2010 - 2014).

Estados Unidos es el principal socio comercial de Nicaragua y es evidente en la gráfica del porqué la mayor actividad comercial de Nicaragua depende del mercado de Estados Unidos, así además depende de las otras inversiones que haga el país para aprovechar el acuerdo.

El acuerdo es sólo un factor en el desarrollo de la economía nicaragüense, entonces depende de la inversión que pueda hacer el país en salud y educación, por ejemplo; de las instituciones, de la seguridad jurídica y las implicaciones que tiene en el clima de inversión. Entonces, todos estos factores tienen influencia en el plazo para de verdad evaluar cuál es el impacto de CAFTA, porque no solo se ha progresado en materia de comercio, sino que además se ha eliminado distintas barreras comerciales entre los países miembros.

## CONCLUSIONES

La inserción de Nicaragua en los mercados internacionales es un reto a seguir, ante una economía global cambiante y cada vez más exigente, debido a los diferentes problemas económicos y financieros que han causado estragos a nivel mundial. El comercio exterior es la respuesta esencial para el desarrollo socioeconómico del país.

El comercio exterior es el intercambio de mercancías y servicios entre diversos países, este surge debido a la necesidad de adquirir los diversos bienes y servicios producidos en los mercados internacionales, y que por ende no son producidos en el mercado interno. Del 2010 al 2014 Nicaragua ha mantenido importantes relaciones comerciales con los diferentes países desarrollados o primeras economías mundiales y se ha esforzado en conseguir nuevos tratados comerciales que beneficiaron a la economía nacional.

Nicaragua está comprometida en abrir nuevos mercados internacionales capaces de demandar todos los productos que se elaboran en el país, para poderlos comercializar y no depender de un solo mercado, como principal demandante. Ya que se observó que la mayoría de las exportaciones están concentradas en dos mercados principales, los cuales son: EEUU y Venezuela. Estas economías pueden entrar en recesión económica, por los diferentes problemas políticos y financieros que afectan sus lazos comerciales. Las ventas de los productos nicaragüenses deben de estar colocadas en aquellos mercados en donde se adquiera un mejor precio, y una leve competitividad.

Se encuentra en contante reunión y capacitación para estudiar y analizar todos aquellos Tratados de Libre Comercio en los que el país ha incurrido, como parte de negociaciones bilaterales. Por un lado los tratados benefician a Nicaragua en cuanto al no pago de impuestos fronterizos, a la agilización de las mercancías y a la desintegración de los países miembros, pero por otro lado estas naciones con las que se firman estos tratados empiezan a poner trabas, como por ejemplo: la no aceptación de productos no transgénicos, el uso de semillas inadecuadas, la imposición de precios, entre otras cualidades que año con año los empresarios tienden a discutir para poder colocar sus productos.

Busca la manera de prever solo aquellos tratados comerciales que ofrezcan transparencia, cooperación, que estén dedicados a proteger y ayudar al medio ambiente y al sector laboral, que respeten la propiedad intelectual y las compras del sector público, que ofrezcan una mejor inversión en los diferentes sectores, que permitan la entrada temporal de rubros.



## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

### Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



Por otro lado, el país cuenta con los organismos capaces para identificar aquellos mercados con las cualidades necesarias para poder comercializar la producción nacional, y por tanto se deben de realizar análisis de demanda en los mercados internacionales para saber qué productos obtienen mayor demanda y mejores precios. La apertura de nuevos mercados internacionales extenderá las fronteras agroexportadora del país, y permitirá que nuevos productores se integren al comercio exterior y satisfacer la demanda del consumidor. Para un mercado tan reducido como el de Nicaragua, la implementación de políticas que vayan en beneficio de la sociedad exportadora, debería ser su principal objetivo a seguir, en un mundo cambiante en donde el acceso a los mercados requiere de una mayor participación, para poder tener una mejor competitividad y calidad en los diferentes mercados internacionales.

Es importante para Nicaragua la demanda de distintos mercados internacionales, como por ejemplo los EEUU, que actualmente se exporta el 28 por ciento de los productos nicaragüenses la diversificación es esencial para el desarrollo del comercio exterior nicaragüense ya que serían el medio para contribuir en los objetivos de desarrollo y crecimiento económico del país.

Para aumentar las exportaciones se debe incentivar la inversión en los sectores de la economía principalmente el sector agropecuario. El gobierno debe de implementar estrategias que vayan en beneficio de los agricultores, como, por ejemplo: la asistencia, económica, jurídica y técnica que permitan incentivar la producción, porque sin producción no hay exportación.

Los productores nacionales deben de estar enfocados en aumentar la producción con un mejor estándar de productividad que brinde un mejor producto al mercado, tanto en sabor, tamaño y precio. Se ha logrado determinar que son pocos los productos no tradicionales que se comercializan el exterior, por ejemplo: los tubérculos, la papa, la pitahaya, entre otros.

El gobierno junto al sector financiero debe de estar unidos y comprometidos para apoyar a los productores y empresarios dedicados a la producción y comercialización de los diferentes productos exportados. Que los productores tengan acceso al crédito justo y que oferten las tasas de interés ideales para llegar a cabo el proceso productivo.

El gobierno debe capacitar a los productores para el manejo y el buen uso de la tierra, el control y eliminación de plagas, la buena utilización de los pesticidas, el buen uso de semillas, y sobre todo no permitir semillas certificadas que vengán a atentar contra la salud de todos y todas las nicaragüenses.

La promoción de exportaciones es de vital importancia para Nicaragua, ya que es a través de ella que proporciona la credibilidad de bienes y servicios, garantizando un mejor nivel exportador en la región. En conclusión, el entorno comercial internacional, se muestra ágil y en constante cambio, se comienza la ampliación y apertura de nuevo mercado y se exportan países a más de cuarenta países.

Por otro lado, se encuentra la firma de importantes Tratados de Libre Comercio en los que Nicaragua á tomado parte, entre ellos: TLC con Estados Unidos (CAFTA-DR), México, Taiwán, Republica Dominicana y Panamá", La Unión Aduanera (Costa Rica-Panamá-Nicaragua), la integración Centro Americana. Nicaragua va en la dirección correcta, pero tiene importantes desafíos. Desafíos como la diversificación de productos, la implementación de políticas que mejoren el acceso a los mercados, y la unificación de tratados comerciales que beneficien a los productores nicaragüenses. Por el lado de la producción se presenta una agricultura diversificada los productores nacionales han empezado a diversificar su producción, y que les ha permitido extenderse en los mercados internacionales, colocando nuevos productos para ampliar su demanda.

Dichos avances en la producción han permitido la sostenibilidad y ampliación de los principales mercados internacionales y ha dado lugar a que Nicaragua mantenga relevantes lazos comerciales con los mayores demandantes de sus productos (Estados Unidos, Venezuela, Canadá y Bélgica). Los lazos comerciales han mejorado, así como la asistencia internacional en materia económica, financiera y técnica. Los Estado Unidos mantienen el 28 por ciento de las exportaciones registradas en el periodo, seguida de Venezuela con una participación activa del 14 por ciento, en relación a los demás ocuparon la tercera y el cuarto lugar.

El país debe de solidificar sus fuerzas productivas para el mejoramiento de la capacidad exportadora para seguir avanzando poco en la creación de organismos multilaterales dedicados a la creación, planificación y desarrollo de políticas económicas dirigidas al sector agropecuario e industrial del país.

Por otro lado, la falta de financiamiento y disponibilidad del crédito necesario para el desarrollo de la producción es poco frecuente, y los bancos que deciden prestar lo hacen con alta tasas de intereses que llegan al 40% en promedio.

Por último, la falta de capacitación técnica y profesional en el sector agropecuario e industrial hace hincapié y observación a la mayoría de peños y medianos empresarios nicaragüenses que carecen de capacitaciones técnicas constantes, para el uso y manejo de la producción, suelos, plagas, fertilización, y sobre todo aquellos productos no tradicionales, que se demandan el mercado externo.

#### IV. BIBLIOGRAFIA.

##### A). Bibliografía complementaria:

- Arena Zorrilla, Santiago y José Silvestre Méndez. 1997. Diccionario de Economía, 2da Edición, México, Editorial LIMUSA, S.A. de C.V.
- Ballesteros Román, Alfonso J. (2001), Comercio Exterior Teoría y Práctica, 2da Edición 2005, España, Murcia: Servicios de Publicaciones, Universidad 1998.
- Castillo Zalazar, Regnes. (2003). Comercio Internacional. Perú. Informe. Pág.1-2-3. [www.academia.edu/4259738/Causas del comercio internacional](http://www.academia.edu/4259738/Causas-del-comercio-internacional).
- Ewest Canales, Gisella. “Exportaciones de frijol en riesgo por pérdida en ciclo apante”. Diario Oficial La Prensa. Managua-Nicaragua 2011.
- Felipe IV, Madrid (2016), “Diccionario de la Real Academia Española 2016”: Concepto: Globalización, parrf.2.
- Garita Roberto. (2006). Teoría Económica del Comercio Internacional, Primera Edición, Costa Rica: Universidad Panamericana Comercio Internacional San José. [www.gestiopolis.com/teoria-economica-del-comercio-internacional/](http://www.gestiopolis.com/teoria-economica-del-comercio-internacional/). Pág.1
- Msc. Humberto Arguello y el Dr. Velas Guevara, Reflexiones Sobre Economía desde Nicaragua. Julio 2006 (Mific, MEECM), Documento para estudiantes), (Pág.: 1, 2, 3, 4, 5, 7, 12, 27).
- Kruger Erwin J, Diana Kruger, Rómulo Sánchez Leytón, José Félix Solís y Mario Alonso, entre otros, Economía y Comercio 2015, Managua 2015 (Revista DRACMA, Ed. NO.91.
- Montoya Sánchez, Luz Damary. Agosto 2012. Historia del Comercio Exterior [https://youtu.be/\\_zKB6fgY95w](https://youtu.be/_zKB6fgY95w).
- Orozco Meza, Nayeli. (2014). Los 15 países con más exportaciones a nivel mundial. Revista Forber. <http://www.forbes.com.mx>.
- Ponce Leiva, Javier. (2005), Comercio Exterior: Alternativas para Ecuador. 1 Ra edición Quito, Ecuador. Ediciones ABAYA-YALA.
- Rivera N, Jenny. Informe Anual 2010. Banco Central de Nicaragua. Managua 2010. [www.bcn.gob.ni](http://www.bcn.gob.ni), [info@bcn.gob.ni](mailto:info@bcn.gob.ni), Teléfono: 2255 7171 Fax: 2265 1246 Apartado Postal 2252, 2253. Pág.19,26,41
- Rivera N, Jenny. Informe Anual 2012. Banco Central de Nicaragua. Managua 2010. [www.bcn.gob.ni](http://www.bcn.gob.ni), [info@bcn.gob.ni](mailto:info@bcn.gob.ni). Pág. 24, 39,58.
- Rivera N, Jenny. Informe Anual 2014. Banco Central de Nicaragua. Managua 2014. [www.bcn.gob.ni](http://www.bcn.gob.ni), [info@bcn.gob.ni](mailto:info@bcn.gob.ni), Fax: 2265 1246. ISSN 2313-867X (edición electrónica) Pág.1-2.
- Vidaurre Arias, Alma (2014), Comercio exterior mejora para Nicaragua. El Nuevo Diario. <http://www.elnuevodiario.com.ni>.



- Zeledón Medina, Oscar Antonio. Estrategias de Producción de la Producción Cafetalera. Estudio Monográfico Unan-Managua. Managua diciembre 2006. (Investigación Monográfica). P. 10-17.

**B). Documentos de organizaciones:**

- Banco Central de Nicaragua(BCN). Estadísticas y Estudios. Sector Externo: Comercio Exterior. Managua-Nicaragua. Exportaciones e Importaciones CIF por bienes de consumo 2010-2014, Exportaciones e Importaciones por principales socios comerciales.
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). 2010. Distrito de Columbia, Estados Unidos: Instituciones de Apoyo a las Exportaciones en Centro América y Panamá, Sector de Integración y Comercio. Octubre 2010.
- Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales. (DGREI). Santiago de Chile, 2016.: Acuerdo sobre Subvenciones y Medidas Compensatorias.
- Dirección General de Aduanas(DGA). Managua-Nicaragua. Portal web [www.dga.gob.ni](http://www.dga.gob.ni). Mapa de aduanas 2015
- Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social (FUNIDES). 2012. Managua-Nicaragua. Revista Económica. [www.funides.com](http://www.funides.com).
- Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (noviembre 2012), Plan Nacional de Desarrollo Humano (2012-2016): PNDH.
- Informes: Comercio Mundial: el enfoque tradicional: los beneficios de la especialización, página: 31-34. [www.wto.org/spanish](http://www.wto.org/spanish).
- Melguizo, Ángel. Adriana Arriaza, José Ramón Perea, Juan Vásquez Zamora-Rolando Avendaño, Sebastián Nieto, y Flora Vever. Comisión Económica para la América Latina, 2015, Perspectivas Económicas de América Latina 2015: Educación, competencia e innovación para el desarrollo. CEPAL 2015.
- Ministerio de Industria y Comercio:  
[http://www.mific.gob.ni/Portals/0/Portal,Empresarial/Instituciones, Apoyo a las Exportaciones en Centroamrica.pdf](http://www.mific.gob.ni/Portals/0/Portal,Empresarial/Instituciones,Apoyo%20a%20las%20Exportaciones%20en%20Centroamrica.pdf).
- Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC). Dirección de política comercial: Boletín anual de Comercio Exterior y Acciones de Política Comercial de Nicaragua 2010-2014 (MIFIC).
- Nuevo Diario 2016. “Canicarne: Nicaragua Perdió 200,000 reses”. Revista. Managua-Nicaragua, Edición Impresa 18/01/16. [www.elnuevodiario.com.ni](http://www.elnuevodiario.com.ni).
- Página Wiki Enciclopedia Libre, Sistema Generalizado de preferencias, Web: <http://www.elnuevodiario.com.ni>.
- Página oficial de organización: Sistema Unitario Compensación Regional (SUCRE), Web: <http://www.elnuevodiario.com.ni>.
- Página oficial de organización: ALADI (asociación latinoamericana de integración), Web: <http://www.elnuevodiario.com.ni>





## COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA

Evolución de las Exportaciones e Importaciones 2010-2014



- Página oficial de organización: El Nuevo Diario, Web: <http://www.elnuevodiario.com.ni>.
- Página oficial de organización: SICE (Sistema de Información Sobre Comercio Exterior), Web: <http://www.sice.oas.org/dictionary>.
- Radio La Primerísima. Las importaciones fueron restringidas por barreras no arancelarias de países de CA. Managua. 2010. Blogs Informativo, La Gente. Pág1.
- The World Factbook, Publicación Anual de la Agencia Central de Inteligencia (CIA), 2014. Estados Unidos de América. Edición 2013-2014 Almanaque.
- Vidaurre Arias, Alma (2014), Comercio exterior mejora para Nicaragua. El Nuevo Diario. <http://www.elnuevodiario.com.ni>.
- Zeledón Medina, Oscar Antonio. Estrategias de Producción de la Producción Cafetalera. Estudio Monográfico Unan-Managua. Managua diciembre 2006. (Investigación Monográfica). P. 10-17.

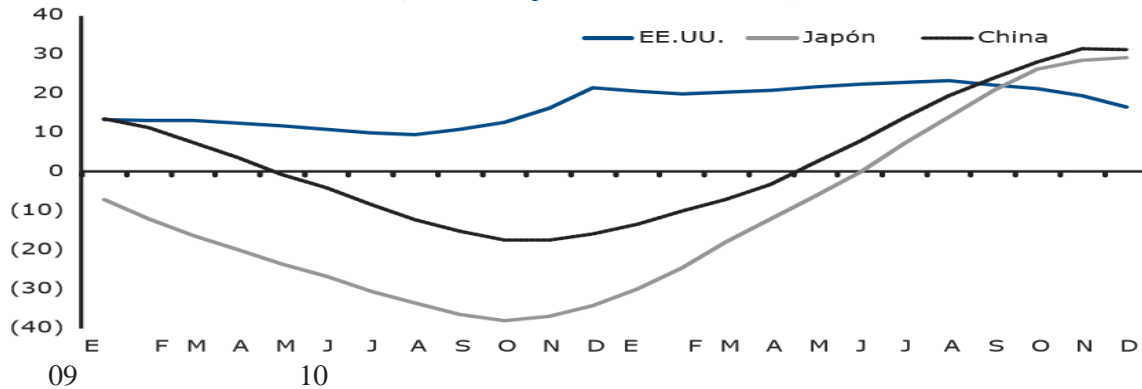
## V. ANEXOS

### V.1 Glosario

- ❖ **ALCA:** Área de Libre Comercio de las Américas.
- ❖ **ALADI:** Asociación Latinoamericana de Integración
- ❖ **AEC:** Asia y Pacífico Cooperación Económica.
- ❖ **ASEAN:** Asociación de Naciones del Sudeste Asiático.
- ❖ **APEN:** Asociación de Productores y Exportadores de Productos No Tradicionales.
- ❖ **BANPRO:** Banco de la Producción.
- ❖ **BAC:** Banco de América Central
- ❖ **BCIE:** Banco Centro Americano de Integración Económica.
- ❖ **BID:** Banco Interamericano de Desarrollo
- ❖ **BM:** Banco Mundial.
- ❖ **Bancentro:** Banco Centro Americano.
- ❖ **CADIN:** Entidad Promotora del Desarrollo Industrial.
- ❖ **CEPAL:** Comisión Económica para la América Latina.
- ❖ **EUROCENTRO:** Asociación Promotora de la Internacionalización de la Pyme Nicaragüense.
- ❖ **FMO:** Banco de Desarrollo Empresarial.
- ❖ **FMI:** Fondo Monetario Internacional.
- ❖ **GATT:** General Agreement on Tariffs and Trade.
- ❖ **IAAC:** Organización Interamericana de Acreditación.
- ❖ **IFC:** Corporación Financiera Internacional.
- ❖ **INPYME:** Entidad Promotora del Crecimiento y Desarrollo de la MIPYME.
- ❖ **ISSN:** Número Internacional Normalizado de Publicaciones Seriadas.
- ❖ **LABAL:** Laboratorio.
- ❖ **MERCOSUR:** Mercado del Sur.
- ❖ **MIFIC:** Ministerio de Industria y Comercio
- ❖ **NAFTA:** North American Free Trade Agreement (Tratado de Libre Comercio Norte Americano)
- ❖ **POCDE:** Organismo para la Cooperación y Desarrollo Económico.
- ❖ **OIC:** Organización Internacional del Café.
- ❖ **ONA:** Organismo Nacional de Acreditación.
- ❖ **OMC:** Organización Mundial del Comercio.
- ❖ **OPIC:** Corporación Privada de Inversión Extranjera.
- ❖ **OMC:** Organización Mundial del Comercio.
- ❖ **PNDH:** Plan Nacional de Desarrollo Humano.
- ❖ **TLC:** Tratados de Libre Comercio.
- ❖ **UE:** Unión Europea.

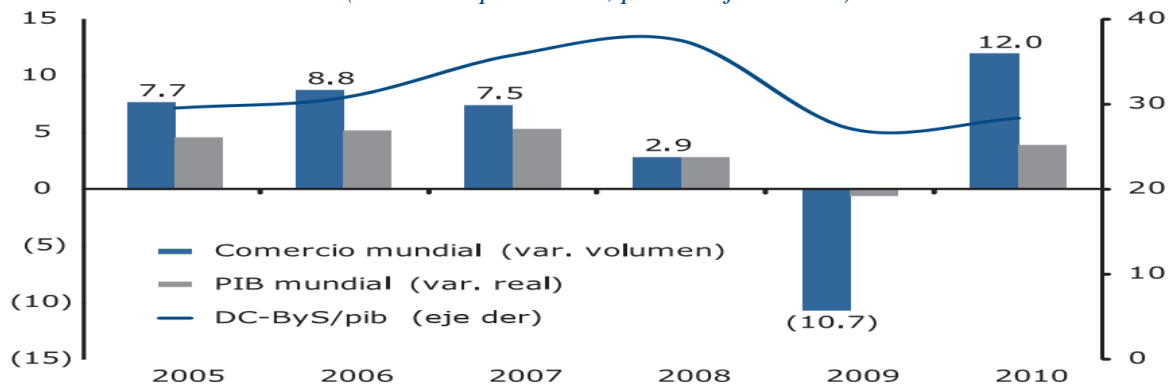
## 2. Graficas.

Gráfico V.2.1  
Exportaciones acumuladas 12 meses  
(Variación porcentual interanual)



Fuente: Oficina de Análisis Económico de EE.UU., Ministerio de Comercio de China, Ministerio de Finanzas de Japón

Gráfico V.2.2  
Comercio mundial de bienes y servicios y déficit comercial  
(Variación porcentual, porcentaje del PIB)



Fuente: FMI Y BCN

Gráfico. V.2.3  
Exportaciones de textiles de Zona Franca

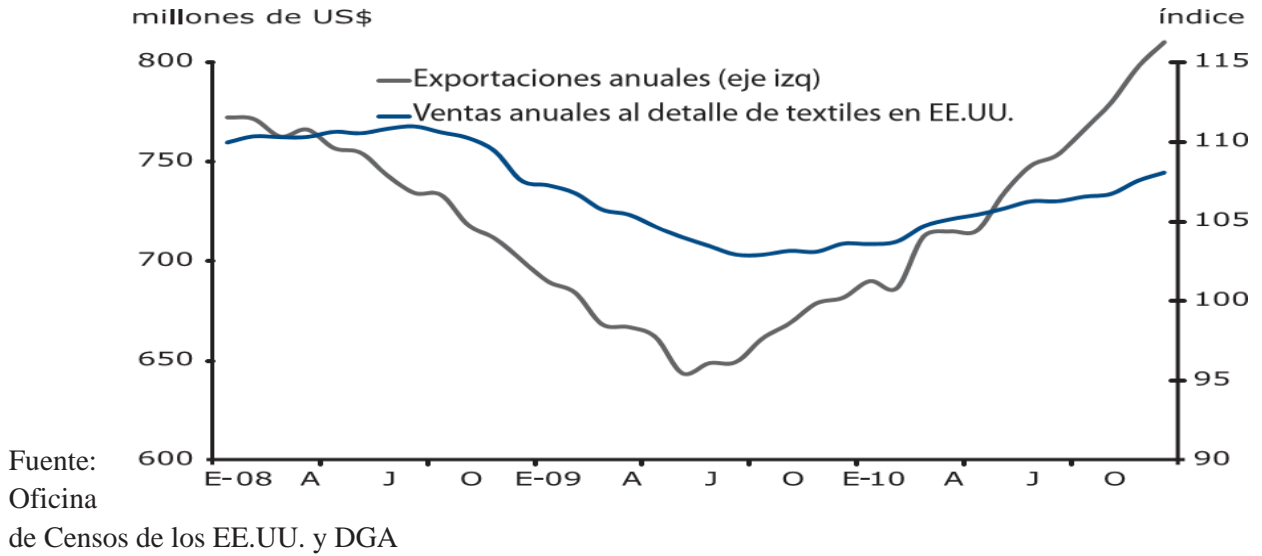


Gráfico .V.2.4  
Exportaciones hacia principales mercados  
(Millones de dólares)

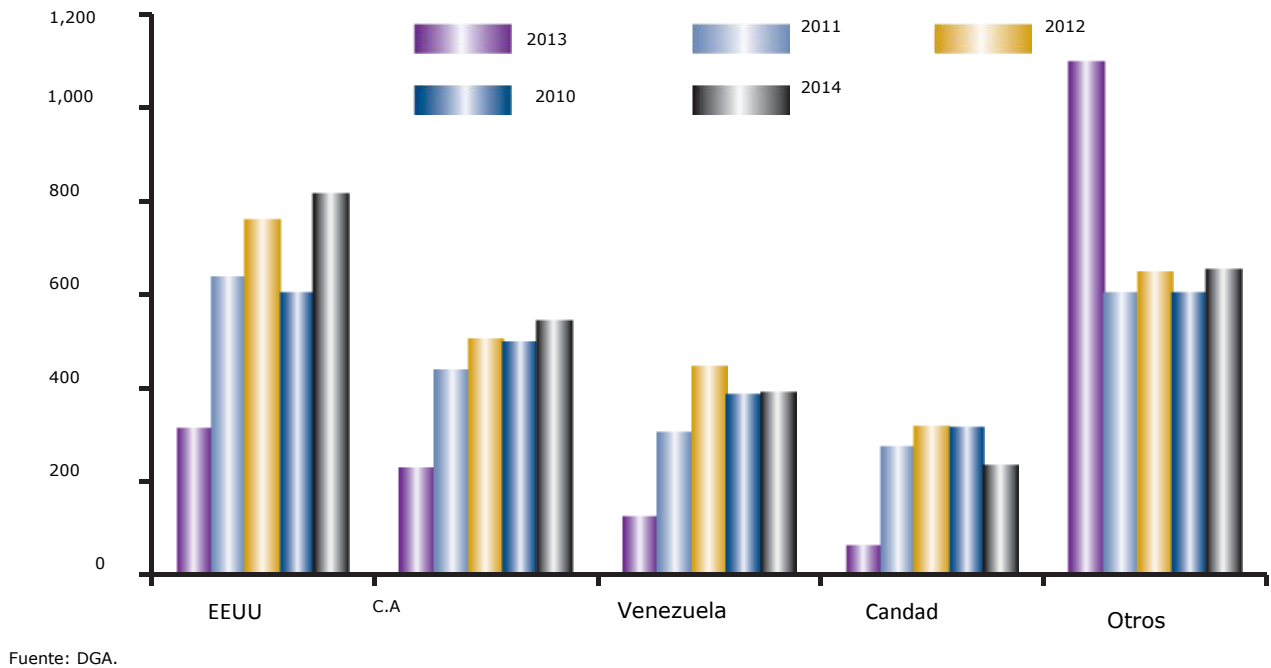
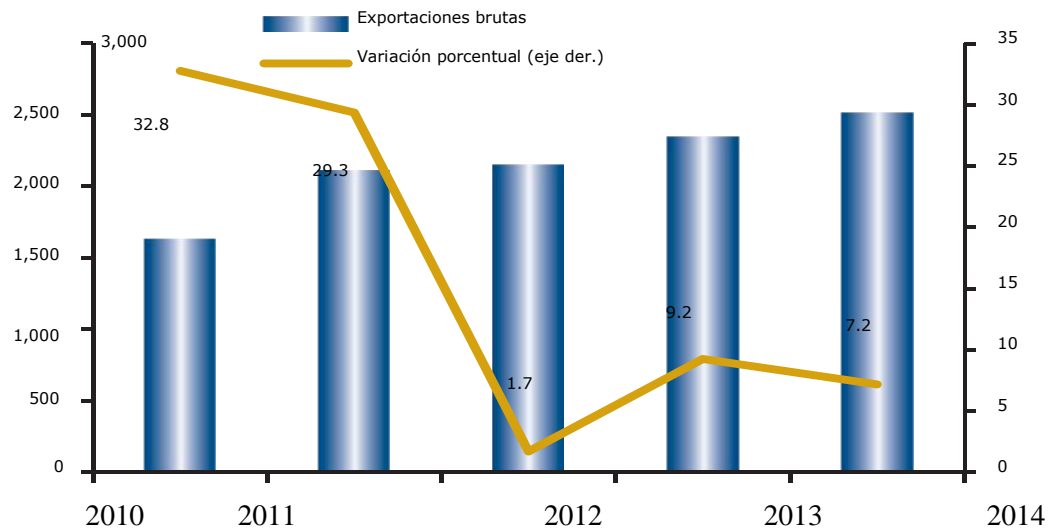


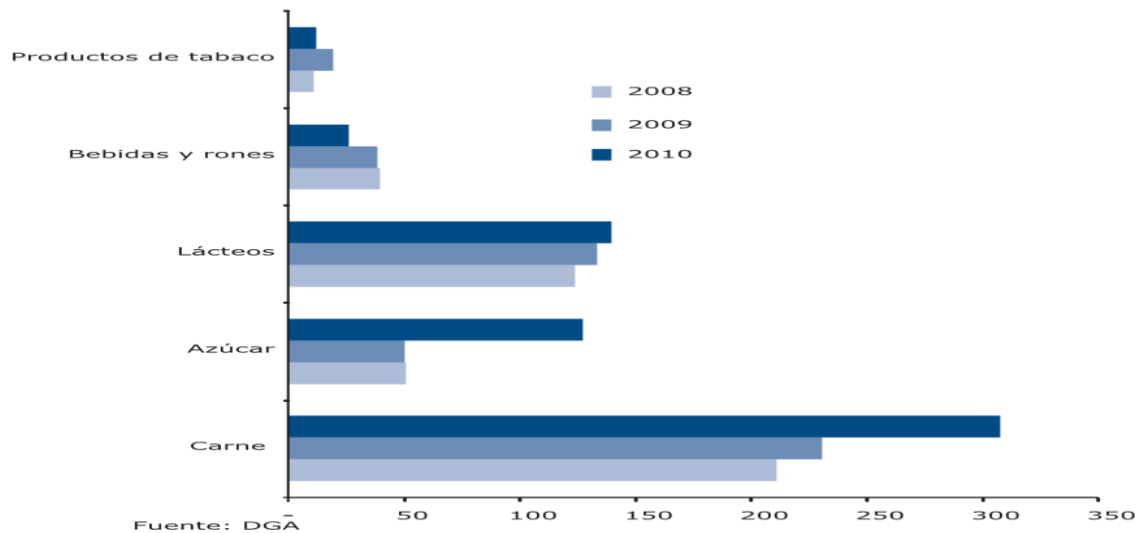
Gráfico V.2.5  
**Exportaciones de zona franca**  
(Millones de dólares)



Fuente: DGA.

Gráfico V.2.6

**Exportaciones de productos manufactureros**  
(millones de dólares)



Fuente: DGA

Anexo Tabla VI.3.1 Exportaciones de Café 2010 por País.

EXPORTACIONES DE CAFÉ VERDE POR PAIS DE DESTINO						
PERIODO DE 01/10/2009 AL 30/09/2010						
CIERRE DE COSECHA CAFETALERA 2009/2010						
PAIS DESTINO	KILOGRAMOS	SACOS 69 KGS	SACOS 60 KGS	QUINTALES	PRECIO US	MONTO US
Estados Unidos	44,968,261.84	651,713.94	749,471.03	977,570.91	149.36	146,014,064.40
VENEZUELA	7,843,206.96	113,669.67	130,720.12	170,504.50	162.92	27,778,827.95
BELGICA	6,365,690.64	92,256.39	106,094.84	138,384.58	144.47	19,992,964.77
ESPAÑA	6,237,737.94	90,402.00	103,962.30	135,603.00	139.18	18,873,463.90
ALEMANIA	5,771,416.00	83,643.71	96,190.27	125,465.57	146.50	18,381,073.40
FINLANDIA	5,219,850.00	75,650.00	86,997.50	113,475.00	146.44	16,616,930.28
CANADA	4,456,521.00	64,587.26	74,275.35	96,880.89	150.50	14,580,331.05
ITALIA	3,517,275.00	50,975.00	58,621.25	76,462.50	146.96	11,237,306.15
SUECIA	3,464,214.00	50,206.00	57,736.90	75,309.00	140.90	10,611,288.53
JAPON	2,752,206.10	39,887.04	45,870.10	59,830.57	147.64	8,833,596.12
INGLATERRA	1,909,710.00	27,676.96	31,828.50	41,515.43	159.37	6,616,479.36
FRANCIA	1,262,700.00	18,300.00	21,045.00	27,450.00	145.34	3,989,561.81
AUSTRALIA	1,105,830.00	16,026.52	18,430.50	24,039.78	183.81	4,418,731.84
HOLANDA	615,705.00	8,923.26	10,261.75	13,384.89	146.74	1,964,036.04
EMIRATOS ARABES UNIDOS	558,915.00	8,100.22	9,315.25	12,150.33	195.24	2,372,284.66
IRLANDA	353,625.00	5,125.00	5,893.75	7,687.50	159.42	1,225,568.40
KOREA DEL SUR	286,848.00	4,157.22	4,780.80	6,235.83	152.65	951,925.77
FEDERACION RUSA	284,625.00	4,125.00	4,743.75	6,187.50	135.17	836,334.49
NORUEGA	262,338.00	3,802.00	4,372.30	5,703.00	150.50	858,322.20
COSTA RICA	229,908.00	3,332.00	3,831.80	4,998.00	84.87	424,176.53
TAIWAN	189,694.63	2,749.20	3,161.58	4,123.80	158.35	653,009.80
SIRIA						
REPUBLICA ARABE	167,850.00	2,432.61	2,797.50	3,648.91	144.24	526,323.99
MEXICO	146,625.00	2,125.00	2,443.75	3,187.50	148.29	472,666.05
ESTONIA	113,850.00	1,650.00	1,897.50	2,475.00	168.45	416,925.18
ISLANDIA	113,850.00	1,650.00	1,897.50	2,475.00	161.19	398,937.28
ISRAEL	94,925.00	1,375.72	1,582.08	2,063.59	154.28	318,362.39
DINAMARCA	83,835.00	1,215.00	1,397.25	1,822.50	170.84	311,355.40
MARRUECOS	78,660.00	1,140.00	1,311.00	1,710.00	133.25	227,857.50
NUEVA ZELANDA	72,450.00	1,050.00	1,207.50	1,575.00	176.32	277,709.26
GRECIA	18,975.00	275.00	316.25	412.50	125.25	51,665.63
JORDANIA	18,975.00	275.00	316.25	412.50	198.00	81,675.00
KUWAIT	18,975.00	275.00	316.25	412.50	140.50	57,956.25
LATVIA	18,975.00	275.00	316.25	412.50	145.02	59,820.78
SUDAFRICA	18,975.00	275.00	316.25	412.50	140.45	57,935.63
SUIZA	18,975.00	275.00	316.25	412.50	156.17	64,419.74
VIETNAM	18,975.00	275.00	316.25	412.50	130.00	53,625.00
<b>T O T A L E S :</b>	<b>98,661,148.11</b>	<b>1,429,871.71</b>	<b>1,644,352.47</b>	<b>2,144,807.57</b>	<b>149.48</b>	<b>320,607,512.53</b>

Fuente: BCN

Anexo Tabla: V.3.2 Exportaciones de Café por año

**BANCO CENTRAL DE NICARAGUA**  
**Producción de café**  
**(Miles de quintales)**

Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
1990	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31.5	53.7	72.9
1991	337.6	105.3	-	-	-	-	-	-	-	14.8	21.3	385.9
1992	200.9	192.7	94.4	123.1	-	-	-	-	-	-	43.7	338.8
1993	130.2	43.3	82.7	82.5	-	-	-	-	-	-	85.6	449.9
1994	163.2	56.9	120.0	44.4	-	-	-	-	-	-	120.2	277.1
1995	284.9	65.4	172.4	-	-	-	-	-	-	19.4	167.8	393.2
1996	297.5	65.4	257.6	-	-	-	-	-	-	7.2	37.1	97.2
1997	583.9	69.0	209.9	95.4	-	-	-	-	-	34.2	29.0	198.7
1998	534.7	363.2	145.2	124.7	-	-	-	-	-	-	139.9	227.0
1999	291.4	547.5	133.4	100.1	-	-	-	-	-	-	156.5	521.1
2000	567.6	568.1	225.3	44.7	-	-	-	-	-	-	156.5	403.7
2001	537.0	387.6	235.1	88.6	-	-	-	-	-	-	-	279.2
2002	403.2	106.6	473.6	9.1	-	-	-	-	-	-	100.5	462.0
2003	365.6	170.9	48.8	4.5	-	-	-	-	-	-	184.3	872.8
2004	395.2	267.2	39.0	37.3	-	-	-	-	-	106.0	289.0	372.5
2005	146.4	170.9	15.9	-	-	-	-	-	-	138.8	287.5	576.5
2006	578.4	318.8	174.6	-	-	-	-	-	-	-	206.7	541.8
2007	126.7	203.5	29.0	108.4	-	-	-	-	-	-	547.8	368.7
2008	308.6	290.2	212.2	264.5	-	-	-	-	-	-	212.1	540.0
2009	271.3	638.5	-	-	-	-	-	-	-	-	322.1	1,003.3
2010	121.3	217.5	340.7	-	-	-	-	-	-	-	857.2	472.1
2011	72.4	304.7	25.3	-	-	-	-	-	-	-	200.4	1,030.4
2012	758.2	192.9	58.7	44.8	-	-	-	-	-	-	166.7	583.8
2013	661.6	382.1	26.2	-	-	-	-	-	-	-	82.6	488.7

**Nota:** Las estadísticas de producción del café son publicadas según ciclo agrícola.

**Fuente:** UNICAFE, MAG-FOR y BCN.



**Anexos Tabla: V.3.3 Anexos exportaciones e importaciones definitivas por aduanas**

EXPORTACIONES								
ADUANAS	US\$FOB (en miles)				KILOS (en miles)			
	2009	2010	Var. Abs	Var 10-09 %	2009	2010	Var. Abs	Var 10-09 %
AÉREA	142,032.58	293,015.23	150,982.65	106%	170,044.50	7,572.08	-162,472.42	-95.5%
EL ESPINO	99,645.49	106,686.02	7,040.52	7%	449,294.74	56,896.74	-392,398.01	-87.3%
GUASAULE	314,157.77	313,728.35	-429.42	0%	236,329.09	311,074.08	74,744.99	31.6%
LAS MANOS	217,683.87	229,986.65	12,302.78	6%	6,136.11	97,622.35	91,486.24	1490.9%
PEÑAS BLANCAS.	297,133.36	482,091.45	184,958.08	62%	117,363.23	293,950.11	176,586.88	150.5%
EL BLUFF	18,776.67	4,619.36	-14,157.31	-75%	44,965.12	3,632.91	-41,332.21	91.9%
PUERTO CABEZAS	1,007.14	730.11	-277.02	-28%	8,815.87	828.75	-7,987.12	-90.6%
PUERTO CORINTO	271,143.89	384,182.02	113,038.12	42%	72,581.03	601,160.48	528,579.45	728.3%
PUERTO SANDINO	0.20	0.10	-0.10	-50%	1,264.09	0.05	-1,264.04	0.0%
SAN CARLOS	4,085.04	6,351.87	2,266.83	55%	810.04	57,642.27	56,832.23	7016.0%
ADMON DE ADUANA MANAGUA	1,419.57	1,107.67	311.90	-22%	0.10	1,450.34	1,450.24	0.0%
EL RAMA (PUERTO ESPERANZA)	25,958.19	25,480.47	-477.72	-2%	27.27	13,041.84	13,014.57	0.0%
POTOSI	8.23	0.00	-8.23	-100%	27.27	0.00	27.27	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>1,393,052.01</b>	<b>1,847,979.30</b>	<b>454,927.29</b>	<b>33%</b>	<b>1,107,658.44</b>	<b>1,444,871.99</b>	<b>337,213.55</b>	<b>30.4%</b>

**Anexo Tabla: VI.3.3. Exportaciones e importaciones definitivas por aduanas enero - diciembre 2010 (en mil)**