



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
Recinto Universitario Carlos Fonseca Amador
Facultad de Ciencias Económicas
Departamento de Economía

Trabajo Monográfico para Optar al Título de
Licenciatura en Economía

Tema: Comercio No Tradicional
Sub Tema: Exportaciones Agrícolas No Tradicionales
de Nicaragua

Elaborado Por: Nathaly Virginia Cerda Ramírez

Tutor: Msc. Ricardo José Canales Salinas

A decorative banner with a 3D effect, featuring a dark blue central section and lighter blue and red side sections. The years '2009-2013' are printed in white on the dark blue section.

2009-2013

Managua, Nicaragua 2015

Agradecimientos

El documento presente, no hubiera sido posible sin los fundamentos: cristianos, éticos y profesionales, que sustentaron el tiempo de formación profesional transcurrido y la elaboración de dicho documento. Es por ello, que agradezco a Dios, el pilar esencial de mi conocimiento; mi familia, especialmente a mis Padres, que lo han dado todo...

Agradezco a mis hermanos y tías, que estuvieron desde mis inicios. Finalmente, agradezco a mis profesores, por su compromiso con el proceso de aprendizaje. De manera especial, reconozco la labor de los profesores: Ricardo Canales, por su tiempo y dedicación; la profesora Maritza Delgadillo por su interés y al profesor Rómulo Sánchez, por el estímulo brindado, en cada sesión de clase.

*El temor de Jehová es el principio de la sabiduría
Y el conocimiento del Santísimo, es la inteligencia. Proverbios 9:10-11*

Contenido

I.	Introducción	1
II.	Antecedentes.....	3
III.	Planteamiento.....	4
	3.1. Formulación del Problema.....	5
	3.2. Sistematización del Problema.....	5
IV.	Objetivos	6
V.	Hipótesis.....	7
VI.	Justificación.....	8
VII.	Marco Teórico	9
VIII.	Diseño Metodológico	16
1.	Comercio Global.....	19
	1.1. Estructura de los Flujos Comerciales	22
	1.2. Comercio Global de Productos Agrícolas No Tradicionales	28
	1.3. Comercio de Principales Productos y Países.....	29
	1.4. Factores Comerciales de la Producción No Tradicional	36
2.	Desarrollo No Tradicional Agrícola y Agroindustrial de Exportación	41
	2.1. Frontera Agrícola.....	41
	2.2. Productividad e Infraestructura Comercial	45
	2.3. Diversificación del Financiamiento	50
	2.4. Inversión Extranjera y la Ventana Comercial	53
	2.5. Producción Agrícola y Agroindustrial de Exportación	57
3.	Competitividad de los Productos Agrícolas No Tradicionales.....	61
	3.1. Dinámica Comercial de las Exportaciones Agrícolas No Tradicionales.....	61
	3.2. Ventaja Relativa de la Oferta Exportable.....	66
	3.3. Caracterización de los Cultivos No Tradicionales.....	71
	3.3.1. Banano.....	71
	3.3.2. Quequisque y Malanga.....	73
	3.3.4. Cebolla.....	74
	3.3.5. Pitahaya.....	75
	3.3.6. Piña.....	76
	3.4. Ventajas y Desventajas de los Productos No Tradicionales	77
4.	Evolución Histórica de los Precios de Cultivos No Tradicionales.....	81
	4.1. Precios Internacionales.....	81

4.3.	<i>Precios Nacionales</i>	90
4.3.1.	<i>Precios de Exportación</i>	90
4.3.2.	<i>Precios de Mercado</i>	92
4.3.3.	<i>Precios Productor Nacional</i>	93
4.4.	<i>Consumo Aparente y Precio de Mercado Regional</i>	95
4.5.	<i>Precio Mercado Centroamericano</i>	97
5.	<i>Política Comercial</i>	99
5.1.	<i>Marco Jurídico</i>	99
5.2.	<i>Normas de Exportación e Importación</i>	104
5.2.1.	<i>Normas de introducción al mercado Europeo</i>	105
5.2.2.	<i>Normas de Introducción al Mercado de Estados Unidos</i>	107
5.2.3.	<i>Normativas Comerciales</i>	109
5.3.	<i>Tratados de Libre Comercio</i>	109
6.	<i>Estudio de Caso: Tomate</i>	116
6.1.	<i>Producción</i>	116
6.1.1.	<i>Producción Mundial</i>	116
6.2.	<i>Producción Regional</i>	117
6.3.	<i>Producción Nacional</i>	118
6.3.1.	<i>Cantidades Producidas</i>	118
6.3.2.	<i>Características de la Producción</i>	119
6.3.3.	<i>Base Productiva</i>	121
6.4.	<i>Costos del Tomate en base a la tecnología</i>	122
6.5.	<i>Características del Mercado</i>	123
6.6.	<i>Productividad</i>	124
6.7.	<i>Presentación del bien</i>	124
6.8.	<i>Consumo</i>	125
6.8.1.	<i>Consumo Mundial</i>	125
6.8.2.	<i>Consumo Regional</i>	126
6.8.3.	<i>Consumo Nacional</i>	127
6.9.	<i>Comercio Internacional</i>	128
6.9.1.	<i>Exportaciones</i>	128
6.9.2.	<i>Importaciones</i>	129
6.9.3.	<i>Importaciones de Tomate Procesado</i>	130
6.10.	<i>Precio Internacional</i>	130

6.11.	<i>Políticas Comerciales</i>	132
6.12.	<i>Indicadores de Competitividad</i>	134
6.12.1.	<i>Índice de Balanza Comercial Relativa</i>	134
6.12.2.	<i>Índice de Trasabilidad</i>	135
6.12.3.	<i>Índice de Especialización Internacional</i>	136
7.	<i>Conclusión</i>	137
8.	<i>Recomendaciones</i>	140
9.	<i>Anexos</i>	141
10.	<i>Bibliografía</i>	142

I. Introducción

En los últimos años, las exportaciones a nivel mundial se han visto influenciadas por una clara tendencia al consumo de productos agrícolas no tradicionales; que se hacen acompañar del fenómeno deficitario presentado en la producción agroalimentaria del mundo. Esto, ha capturado la atención de países en desarrollo, como es el caso de Nicaragua; fomentando así, la recomposición de un sub sector agrícola estático que ha incrementado su oferta nacional para un intercambio comercial equitativo.

El periodo de mediano plazo que comprende esta investigación, data de un entorno económico particular en la economía mundial (crisis económica), que desde la perspectiva nacional, se visualiza por una contracción en el proceso cíclico de producción; mostrando inestabilidad en los precios relativos, como fruto de la crisis financiera internacional de 2009. No obstante, las ventajas comparativas que se ilustran en el estudio, conciben la premisa de que la posición geográfica y climática han sido dos factores incidentes en la agricultura y la agro industria; así como también los TLC y su apertura hacia nuevos mercados.

Los productos agrícolas no tradicionales se asumen con un valor significativo dentro de todo el sistema económico, puesto que han sido un patrón aprovechable dentro del comercio internacional, fomentando una alternativa rentable para complementar, diversificar y generar nuevas oportunidades de ingresos en los distintos sub sectores que deslindan del proceso cíclico comercial. Insertando así, la perspectiva de una dinámica micro y macroeconómica.

El fundamento del trabajo investigativo, reside en plasmar: El desarrollo de las exportaciones a través de los productos agrícolas no tradicionales, La fuerte dependencia del mercado nacional hacia los precios internacionales y su constante volatilidad. Seguido además, por la ventaja relativa que poseen los productos, descrita bajo una clasificación de la lista total de productos agrícolas no tradicionales. Tomando así, a ésta como referencia de la competitividad de la oferta exportable y su tendencia futura. Al mismo tiempo se hará breve mención de la política comercial y como un último acápite se valorara la competitividad del mercado de tomate de Nicaragua con respecto a Centroamérica.

La lista compilada de los productos agrícolas no tradicionales, es dilucidada a través de datos consolidados por los procesos productivos (precios y cantidades demandadas), sus especificaciones conceptuales, el grado de apertura que se consolida con la descripción de las políticas comerciales (tratados de libre comercio) y su interconexión con los modelos económicos dentro de la técnica de producción. De esta manera, tomando los principales productos, que acceden a un fácil financiamiento, éstos se hallan determinados, por el Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR).

Esencialmente, este trabajo contemplara seis fases esenciales que consolidan el propósito de desarrollo de la investigación. Dentro de las cuales estarán: El contexto económico de los productos, ventajas y desventajas, características, precios, política comercial y como un último acápite se presentara el caso de estudio del tomate.

II. Antecedentes

Las estrategias actuales de liberalización del comercio, hacen hincapié en la necesidad de orientar la economía a la exportación. En los últimos años, los países en desarrollo han adaptado su política agrícola a los cambios asociados a la expansión y liberalización del comercio internacional. Tal es el caso de las Filipinas, la expansión de las exportaciones se ha inclinado al cambio en la producción de exportaciones no tradicionales con alto valor comercial, tales como: Zanahorias, Espárragos, Brócolis, Cebollas Verdes, Guisantes, Lechuga, Rábanos, Coliflor, etc.¹.

El aporte considerado de este documento para efectos del estudio, residirá en desarrollar el concepto de una dinámica comercial que se ha visto seriamente afectada ante los cambios estructurales del país en los procesos productivos.

En lo que concierne al estudio del Mercado Común Centroamericano a través del tiempo, como una región clave en la comercialización de productos agrícolas no tradicionales, se contempla un crecimiento constante y prevaleciente en las exportaciones de dichos rubros a lo largo de la historia. Esencialmente las características presentadas, explican una serie de desequilibrios macroeconómicos, que han sido determinantes en el proceso productivo de Nicaragua y Honduras².

En este sentido, el documento expuesto permite observar al mercado Centroamericano y analizar con detalle el sector de servicios de exportación al ser Centroamérica tan pequeña y abierta al comercio.

De manera general, los avances del sector agropecuario de Nicaragua han estado orientados bajo el proceso de industrialización, el cual incluye el establecimiento de sistemas de mecanización agrícola y de infraestructura productiva. Siendo iniciativas con un enfoque de mejoramiento de condiciones para la competitividad interna y externa de productos transformados a través de procesos industriales³.

El documento de apoyo considera el aporte de organismos al desarrollo de infraestructura del sector agrícola como parte del proceso de financiamiento y diversificación.

¹ García Z. Expansión de las exportaciones agrícolas no tradicionales y cambios en el uso de tierra de las filipinas. 2006

² Martínez J. y Cordero M. "Sector Agrícola" Public. CEPAL. 23 de Diciembre 2009.

³ BCIE; Estrategia de País Nicaragua 2013-2017 (2010-2014).

III. Planteamiento

Las exportaciones agrícolas tradicionales en Nicaragua se han diversificado como un medio efectivo para el Crecimiento Económico Sostenible del país. Siendo el mercado regional, el hilo conductor en la oferta de productos frescos y procesados. De tal forma; que en el corto plazo, se han desarrollado mecanismos para satisfacer las exigencias de la demanda, fortaleciendo el sistema productivo y colocando una postura determinante ante otros mercados (regional y mundial). La tendencia de la cesta agrícola exportable, de los no tradicionales ha sido sugestiva en los mercados internacionales, reflejándose con un crecimiento relativamente constante tanto en volumen como en precios.

Los principales productos agrícolas no tradicionales de exportación, apuntan esencialmente hacia una lista de cultivos Hortofrutícolas. Donde, los efectos macroeconómicos en conjunto con ciertas políticas presentadas en los últimos años han abierto una ventana comercial para algunos de estos productos tales como: la Fruta frescas, piña, Quequisque, malanga, yucas y plátanos. Sin embargo, mucho de estos productos penden de acertar sobre la tradición cultural del consumo mundial. Por otra parte, se observa que el mercado nacional carece de productividad, dados los bajos niveles de rendimiento, costo y clasificación para ser procesados, además de los precios internacionales del cuales existe una alta dependencia.

Esencialmente, luego de observar y analizar las perspectivas de nuestra oferta agroexportable, se puede aseverar que la dinámica comercial de éste sub sector es minúscula, viéndose así por una cantidad considerable de tierras sub utilizadas en ningún tipo de actividad y/u desertadas. La certificación agro alimentaria se hace necesaria para elevar la producción, buscar mercados, posesionar marca, asesorar técnicamente a las pequeñas y medianas empresas productoras, de tal forma que se solidifiquen las bases para el desarrollo potencial de nuestro mercado.

Por último; pero no menos importante, está el financiamiento de los no tradicionales, que ha sido un factor influyente de mucho rezago para esta actividad, dado que la mayor parte de productos agrícolas no tradicionales ofertados al mercado nacional como internacional vienen dados de parte de pequeños y medianos productores que carecen de respaldo y autofinanciación. Ciertamente estos son algunos de los puntos de mayor enfoque dentro del trabajo investigativo y que se describen como puntos claves en relación al crecimiento de las exportaciones agrícolas no tradicionales en Nicaragua.

3.1. Formulación del Problema

- ¿Qué crecimiento ha experimentado la oferta exportable de productos agrícolas no tradicionales en Nicaragua?

3.2. Sistematización del Problema

- ¿Qué cambios estructurales condicionan la actividad agroexportadora de los productos no tradicionales?
- ¿Cuáles son los lineamientos de políticas dirigidas al sector de Agropecuario?
- ¿Qué productos se consolidan dentro de la cesta agro exportable con una tendencia creciente sobre productos no tradicionales?
- ¿Cuál ha sido el comportamiento de precios en los últimos años para Nicaragua de los productos Agrícolas no tradicionales?
- ¿Cuáles son los factores influyentes sobre el financiamiento de productos agrícolas no tradicionales?
- ¿Cuáles son los principales aspectos técnicos que involucra esta dinámica comercial?

IV. Objetivos

Objetivo General

- Analizar las exportaciones de productos agrícolas no tradicionales. Periodo 2009-2013.

Objetivos específicos

- Analizar la oferta exportable de productos agrícolas no tradicionales como generadores de divisas.
- Presentar las perspectivas de comercio exterior de productos agrícolas no tradicionales
- Determinar la ventaja relativa que presenta los productos agrícolas no tradicionales.
- Mostrar la evolución histórica de los precios de los productos agrícolas no tradicionales, del periodo 2009-2013.
- Describir la política comercial dirigida a los productos agrícolas no tradicionales.
- Valorar la competitividad del mercado de tomate dentro de la región Centroamericana como oferta exportable de productos agrícolas no tradicionales

V. Hipótesis

Las ventajas comparativas de los productos agrícolas no tradicionales son aprovechables en términos de los precios relativos, lo que incidirá en el crecimiento del sector agrícola y la generación de divisa.

VI. Justificación

Siendo Nicaragua un agricultor nato, privilegiado por su posición geográfica, se hace necesario el estudio de la producción agrícola y la promoción de las exportaciones, focalizando una lista detallada de productos agrícolas no tradicionales, dadas las nuevas tendencias de los mercados externos. En sí, este estudio es importante ya que hace referencia a ciertos conocimientos teóricos y prácticos que enfatizan el contexto real de la economía Nicaragüense y que a su vez dan realce al desempeño competitivo del país frente a otras regiones del mundo.

De esta forma, se conoce, que los cultivos no tradicionales cuentan con gran particularidad para la producción agrícola de Nicaragua, puesto que se han desarrollado de manera amplia y profunda en términos de ocupación en las áreas rurales, en el ingreso familiar de los pequeños y medianos productores y además, al empleo generado fuera del área rural. Es necesario justificar, que Nicaragua necesita diversificar las zonas agrícolas y establecer al mercado no tradicional como un mercado potencial, para lograr un crecimiento sostenible.

Por tanto, de manera metódica, se puede decir que el presente estudio acierta de forma oportuna sobre la base fundamental que nos hace acreedores de materias primas, esenciales en los procesos productivos. Su particularidad consiste en el hecho de poseer un tipo de suelo que es apto para casi todo tipo de productos tropicales. Donde, éste se puede ver como una fuente que estimula la actividad económica del país y que provoca un nivel de satisfacción y equilibrio interno.

VII. Marco Teórico

En el transcurso del tiempo, el entorno económico que gira en pos del comercio ha permitido desarrollar ciertas teorías que han conducido al desenvolvimiento económico de las naciones. De tal manera, que esto permiten dar alusión al termino de competitividad, que incluye factores tales como: Grado de sobre valoración y sub valoración de los tipo de cambios reales, bajas tasas de interés y/u financiamiento, mano de obra barata, leyes proteccionistas y cercanía de los mercados.

Es por tal razón, que se considera útil recalcar la concepción del mercantilismo, la ventaja absoluta, ventaja comparativa y el modelo Heckscher Ohlin. El mercantilismo data del siglo XVI-XVIII, donde establece amplias trasformaciones sociales que van desde la formas medievales de organización social hasta la expansión y generalización del comercio internacional. Su premisa parte del proteccionismo y/u intervención estatal que éste pueda dar en respaldo del comercio (siendo los metales preciosos su fuente de capitalización), logrando un efecto multiplicador en su balanza comercial (positiva).

El mismo término ha servido para aglutinar a todo un conjunto de autores preclásicos que escribieron durante el período y que, aunque desde Adam Smith les llamamos mercantilistas, no siempre fueron partidarios del intervencionismo, muchas veces se opusieron a él, y fueron en muchos sentidos precursores, sino claramente partidarios, del liberalismo económico que luego el propio Smith convertiría en una auténtica doctrina económica y política. Lo que permite dar alusión a la ventaja absoluta⁴.

El término de ventaja absoluta explica los flujos de intercambio entre los países; donde postula que cada país debe especializarse en producir esas mercancías que podrían ser lo más eficientes posibles, siendo esto medido por el coste medio de la producción en términos de trabajo con respecto a los demás países. De este modo, al seguir este principio todos los países saldrían ganando con el comercio y se lograría la misma eficiencia a nivel internacional. Enunciando también, tres razones básicas sobre este planteamiento: El dinero no tiene en cuenta las relaciones productivas sino intereses de las autoridades, la riqueza de la nación se determina por su capacidad productiva y no por su patrimonio, y el trabajo es el patrón para cuantificar la riqueza en términos reales.⁵

⁴ C.M. Gómez. “El Pensamiento Mercantilista”. Universidad de Alcalá; versión 7 de Septiembre de 1998. Esta concepción esta basada en el pragmatismo económico, es decir, solo lo que funciona, es verdadero.

⁵ Valetanga G. Teoría de la Ventaja absoluta de Adam Smith. Pontifica Universidad Católica del Ecuador. Sitio web Visitado 2014. Es así que el postulado se anuda a los factores de producción: tierra, trabajo y capital

Con una visión más general, sobre lo planteado se desarrolla el concepto de ventaja comparativa, la cual hace parte integral del desarrollo investigativo. De acuerdo al principio postulado por David Ricardo, se conoce que si un país no posee ventaja absoluta sobre ningún bien o producto, a ese país le conviene especializarse en la producción de dichos productos en los que posea menor desventaja. En base a esto, el comercio exterior y los precios del mercado internacional de un producto se fijan de acuerdo a los costes del trabajo de las fronteras de cada país.

Tomando en cuenta el principio Ricardiano, se hace necesario recalcar la participación de la ventana comercial, la cual resulta muy eficaz en cuanto a la consolidación de la dinámica comercial u especialización, además de que su concepción acierta en el desempeño de la productividad, siendo además prevaleciente dentro del término de competitividad. En sí, el uso de la ventana comercial dentro de la teoría está referido a las diversas innovaciones y nuevas tecnologías introducidas dentro de este sub sector, integrando así la productividad total de los factores, en sus distintas fases de crecimiento y desarrollo.

Asimismo, el modelo Heckscher-Ohlin se inicia a partir de las ventajas económicas de los países, haciendo especial énfasis en los factores de producción. Donde los países, se especializan en la exportación de los bienes cuya producción es intensiva en el factor en el que el país es abundante, mientras que tienden a importar aquellos bienes que utilizan de forma intensiva el factor que es relativamente escaso en el país. El modelo se fundamenta en el supuesto de que existen únicamente dos países, dos bienes y dos factores (Trabajo y Capital)⁶.

7.1. Conceptos de Productos Tradicionales y No Tradicionales

Concepto Internacional

A través de los años se ha podido observar que el comercio internacional ha establecido un criterio formal sobre los productos tradicionales. Siendo, que se consideran tradicionales aquellos que no sufren una transformación importante en su esencia; es decir, estos no involucra un proceso para añadir valor al producto. De tal forma que se hace necesario explicar, que el término tradicional, usualmente está referido a aquellos productos que se han exportado de manera constate en el transcurso del tiempo.

⁶ Quiroz L. Fundamentos del modelo económico H-0 (Modelo Heckscher-Ohlin). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. 15 de Mayo 2012. Este modelo fue formulado por el economista sueco Bertil Ohlin modificando un teorema inicial de su maestro Eli Heckscher y trata de explicar cómo funcionan los flujos del comercio internacional.

En adición a esto, se visualiza que el concepto de exportación tradicional, ha estado asociado en Latinoamérica a aquellos productos que concentraban un alto porcentaje de los ingresos de divisas por exportaciones de los países. Dado este criterio se identifican ciertos productos de exportación tradicional tales como: café, azúcar, algodón, carne, maíz, trigo, cueros, lana, aceite de linaza, tabaco, cacao, madera, arroz, plátanos, quebracho y cera vegetal, a los cuales se ha agregado posteriormente la soja.

Los productos no tradicionales se han determinado como el complemento de esa lista, pero se ha prestado mayor atención a aquellos productos agrícolas que satisfagan ciertos criterios cualitativos asociados tanto a la dinámica de la demanda mundial de dichos productos como a las características de su oferta. Las características de las cuales se hace mención, se encuentran referidas mayormente a productos de carácter orgánico, no transgénicos y que presenten fácil disponibilidad de mercado fuera de temporada⁷.

Un punto muy importante que toca a estas dos definiciones, es la dimensión temporal existente que no especifica un periodo determinado para disponer de los productos no tradicionales como tradicionales. Por el cual, se puede decir que no se ha definido un rango en el tiempo que surgen para que estos puedan pasar de no tradicional a tradicional.

Concepto adoptado por Nicaragua

La posición que adquiere Nicaragua con respecto a los productos tradicionales toma como patrón elemental la terminología utilizada por el comercio internacional ajustada hacia las nuevas tendencias. En sí, los cultivos tradicionales se definen como productos primarios con escaso grado de procesamiento interno⁸. Por otra parte, se prevé que los productos agrícolas no tradicionales corresponden a una transformación y diversificación productiva que a su vez apuntan a resultados rápidos en materia de mejoramiento de productividad, rentabilidad, mediante una tecnología apropiada, sostenible y accesible, que desarrolle la producción y genere mayor valor agregado dentro del proceso productivo⁹.

⁷ Kouzmine V. Exportaciones no tradicionales Latinoamericanas. Un enfoque no tradicional. CEPAL Páginas 8-15. El documento en sí hace referencia a las ventajas comparativas de productos que son considerados como no tradicionales en la región Latinoamericana, que han elevado su competitividad y han permitido establecerse dentro de los mercados internacionales.

⁸ "Exportaciones suben un 11%". El Nuevo Diario. 2012

⁹ MAGFOR. Sub Programa Nacional de Frutas y Hortalizas. Pág. 5-15. 2009

- Competitividad

La competitividad a nivel internacional supone una alteración constante en la estructura del comercio mundial, tanto entre países como en sectores industriales o cuotas de empresas en cada mercado. Habitualmente, se acostumbra a medir a la competitividad mediante los tipos de cambio y ciertos indicadores que permiten mostrar los volúmenes y/u nivel de intercambio referente a las exportaciones.

La competitividad del sector agroalimentario se define como la capacidad para colocar los bienes que produce en los mercados, bajo condiciones leales de competencia, de tal manera que se traduzca en bienestar en la población.

- Índices Comerciales.

Los índices comerciales tienden a ser una medida estadística, que permite estudiar las fluctuaciones o variaciones de una magnitud o de más de una en relación al tiempo o al espacio. De este modo los índices de competitividad se calculan usando datos actuales del comercio y por tanto incorpora la influencia de factores como: Ingresos relativos, eficiencias, políticas y estructuras de mercado¹⁰.

El desarrollo del documento valora la competitividad de los productos agrícolas no tradicionales en base a la oferta exportable potencial que representa el cultivo de tomate con respecto a la región Centroamericana y su ventaja comparativa en relación a estos países. Los indicadores a utilizarse serán en detalle los siguientes:

- Índice de Balanza Comercial Relativa

Este indicador toma valores positivos o negativos, que serán indicativos de déficit o superávit en el total del comercio. Además expresa las ventas o desventajas del intercambio comercial. Un índice mayor a cero indicará que el sector tiene ventajas.

- Índice de Trazabilidad

Este indicador mide la relación entre la balanza comercial neta y el consumo aparente, de un producto específico en un país dado. Al mismo tiempo este indicador se auxilia de índices comerciales tales como: Grado de Apertura Exportadora, un simplificador de las exportaciones con respecto al consumo aparente y del Grado de Penetración Importadora.

¹⁰Segura J; Segura O. Índice de Ventaja Comparativa Revelada: Un Indicador del Desempeño y la Competitividad Productivo-Comercial de un País. 2004

- Índice de Especialización Internacional

En este indicador se establece la participación dentro del mercado mundial o en un mercado en específico. Es un análisis sobre la canasta exportadora u ventajas comparativas, estadísticas o Ricardianas que especifica el grado de especialización de un fruto en específico u sector productivo.

7.2. Clasificación General de Productos No Tradicionales

Clasificación Internacional

El desarrollo de la clasificación de cultivos, se halla, bajo el “Programa 2000”, en el cual refleja varios elementos relacionados con los cultivos, incluyendo el ciclo de crecimiento (temporal/permanente), especies de cultivos, variedades de cultivos (maíz híbrido/ordinario), estaciones (trigo de invierno/primavera), tipos de tierra (arroz acuático/terrestre), utilización de cultivos (calabazas para alimentos/forraje), tipos de productos (cultivos industriales) y métodos de cultivo (cultivos bajo cubierta protectora)¹¹.

Desde el punto de vista estadístico, la clasificación de cultivos debería estar estrechamente relacionada a la clasificación del producto y por extensión a la clasificación de la actividad económica (CIIU). La clasificación del cultivo se refiere a cuales cultivos crecen, mientras la clasificación del producto se refiere al producto o a los productos generados en este cultivo.

De tal forma que “la siembra de tomate” es un cultivo de las hortalizas mientras “la pasta de tomate” es el cultivo procesado. No siempre existe una correspondencia de uno a uno entre un cultivo y un producto. El mismo cultivo puede producir dos productos. Por ejemplo, el algodón puede producir fibras y semillas de algodón. De tal manera que la Clasificación Indicativa por Cultivo (CIC) clasifica los cultivos en categorías basadas en tres elementos:

- El tipo de producto es suministrado en la estructura de la CCP, especialmente a nivel de grupo o de clase. De modo que en la CIC los cultivos se dividen inicialmente en grupos tales como: cereales, hortalizas etc., y cada grupo, a su vez, se divide por tipo de cultivo, tales como hortalizas de hoja /tallo, hortalizas fructíferas, etc.
- Género o especie del cultivo. Al nivel más bajo de la clasificación cada cultivo puede ser descrito por su nombre botánico; de tal forma que “lentejas” se identifica como la especie “*Lens Esculenta*”.

¹¹ FAO. Programa Mundial del Censo Agropecuario 2010. 2007

Sin embargo, se debe notar que el CIC no es una clasificación botánica ya que los grupos se basan más en la utilización agrícola del cultivo que en las semejanzas botánicas entre cultivos. De forma que el “las hortalizas” son una agrupación de cultivos de muchos tipos botánicos diferentes, que generan el mismo tipo de producto: pastas, aderezos y ensaladas.

- Si el cultivo es temporal o permanente. La Clasificación Central de Productos (CCP) no siempre permite la separación entre temporal y permanente, porque no es importante en la clasificación de un producto. Sin embargo, esta distinción es fundamental para la clasificación de un cultivo. Por este motivo, algunas clases de la CCP se dividen en subclases temporales y permanentes. En la CIC se ofrece un código separado para indicar si es cultivo temporal o permanente.

Clasificación Nacional

Nicaragua ha establecido una clasificación general más sencilla basada en los principales productos de exportación que se encuentran agrupados dentro de la actividad económica del sector primario. Así, los productos del sector Agropecuario (Ajonjolí, Banano, Café, Frijol, Maní, Plátanos Frescos, Tabaco en Rama, Ganado en Pie), Pesquero (Camarón de cultivo, Camarón de mar, Langosta, Pescado Fresco), Seguido por la Minería (Oro y Plata) y productos Manufacturados (Azúcar, Carne de bovino, lácteos, melaza) entre otros.

Congruente a esto, se da lugar a presentar la clasificación de los productos agrícolas no tradicionales donde se ubican: los de carácter orgánico, transgénicos y posiblemente los que han sido producido por su tradición cultural a lo largo de los años y que han destacado en valor en el periodo en estudio. Esencialmente se encuentran aquellos que permiten diversificar y/u alternar su producción en los distintos niveles tecnológicos¹².

Cabe mencionar, la clasificación de transgénicos está determinada por niveles imperceptibles dentro de los sistemas de producción para el periodo en estudio. La causa de la poca existencia de cultivos transgénicos no tradicionales subyace en la cultura de preservación u conservación de semillas criollas y acriolladas. De tal forma que esto ha contribuido a la productividad de los cultivos no tradicionales dada la calidad de su origen y las nuevas tendencias de consumo a nivel global.

¹² OEI. Programa de Cultivos no tradicionales. 2012

7.3. Marco Conceptual

- Oferta Exportable

Capacidad que tiene un país a través de la ventaja comparativa de su producción en la oferta destinada al mercado internacional.

- Mercado Externo

El mercado externo constituye un elemento importante en la economía de un país ya que permite el ingreso de divisas al Fisco Nacional por concepto de impuestos a las exportaciones.

- Producto Agrícola

Es la denominación genérica de cada uno de los productos de la agricultura, la actividad humana que obtiene materias primas de origen vegetal a través del cultivo. De los alimenticios, los más importantes (por ser la base de la alimentación humana y de la ganadería), destacan los cereales (trigo, arroz, maíz, etc.); la patata y otros tubérculos; legumbres; las plantas oleaginosas (olivo, girasol, soja, colza); la vid y otras plantas susceptibles de producir distintas bebidas alcohólicas; las plantas azucareras; y los productos hortofrutícolas.

- Tratados Comerciales

Un tratado de libre comercio (TLC) consiste en un acuerdo comercial regional o bilateral para ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes como continentes o básicamente en todo el mundo. Básicamente, consiste en la eliminación o rebaja sustancial de los aranceles para los bienes entre las partes, y acuerdos en materia de servicios.

- Política Agrícola

El derecho Agrario se vincula a la Política Agraria, como el conjunto de principios y normas jurídicas que organiza legalmente los factores del sector agropecuario, tierra, capital, y trabajo, y promueve el equilibrio de los elementos que intervienen en el mismo: individuo, grupo social y Estado, para servir el bien común mediante el logro de la mayor productividad y la justicia social"¹³.

Políticas Crediticias

Son todos aquellos procedimientos establecidos para el otorgamiento de crédito de parte del sistema financiero nacional a los diferentes agentes económicos.

¹³ Hernández L. La Empresa Agraria y la Política Agraria. 2009

- Ventana Comercial

Es el ciclo estacional de mayor productividad a través del cual se desarrollan mecanismos de comercialización y distribución flexible y ágil de la producción (Salidas de flujos de producción al mercado internacional y nacional).

- Crecimiento Económico

Aumento de la producción total de un país con el paso del tiempo. Normalmente, se mide como la tasa anual de incremento del Producto Interno Bruto (PIB) real de un país¹⁴.

- Generación de Divisas

Se encuentra vinculado a la participación de exportaciones e importaciones de bienes y servicios y una multiplicidad de transacciones financieras que permiten la contribución al país bajo un régimen cambiario determinado.

VIII. Diseño Metodológico

Tipo de Estudio: No Experimental

La realización de la presente investigación implica el uso del estudio de casos, utilizado como una herramienta esencial que permitirá detallar el potencial real de la oferta exportable acerca de uno de los principales productos agrícolas con ascendencia no tradicional, además, se atenderá su precedencia histórica y se puntualizará la estimación económica y comercial del país. Esencialmente la elaboración de este caso, tendrá como base la estructura económica y las condiciones de desarrollo tecnológico del sector agrícola.

Al estudio de caso se le considera descriptivo puesto que a través de él se consolidan las distintas variables que inciden en el proceso investigativo, así como también sus posibles relaciones. En sí, el diseño metodológico es de naturaleza retrospectiva, la cual proporciona las posibilidades de generar la hipótesis y hacer verificable la aseveración de esta.

Asimismo, su esencia única y periódica, hace realizable dentro de este trabajo un análisis de carácter inductivo. Por tanto, se puede deducir que se ha considerado importante al estudio de caso puesto que da una perspectiva propicia de la situación que se plantea. De tal forma; que armoniza las distintas variables, retroalimentando el estudio.

Variables

¹⁴ "Economía y Finanzas. Las Instituciones Financieras Globales". Revista DRACMA. 2013

Principales variables

- **Competitividad:** Esta variable se constituye como parte esencial del trabajo a desarrollar, ya que se encuentra descrita como parte de la estructura comercial del país. Basada en la técnica de los procesos de cultivos, costos de los insumos, rendimiento, calidad, financiamiento y sobre todo la clasificación de la lista en detalle de estos productos para ser procesados.

El término adaptado a este estudio, también permitirá considerar algunos factores macroeconómicos convenientes para el posterior análisis, entre ellos: Financiamiento Externo (visto como Inversión Extranjera), Tipo de Cambio, Precios Internacionales y las Políticas Comerciales. Todo esto, siendo comparado con el grado de apertura en los mercados.

- **Ventaja Relativa:** Estudiaremos a esta variable como el desarrollo que se describe de la capacidad productiva del país para los productos agrícolas no tradicionales. Proporcionando una mayor atención sobre el rubro implementado como medida proporcional de un conjunto de variables sujetas al objeto de estudio.
- **Precios:** Serán estimaciones en la evolución del valor de las exportaciones, a su vez estarán expresados en la lista de productos potenciales para la comercialización internacional. La evaluación de los precios permitirá hacer observables las tendencias en contraste de las fluctuaciones derivadas en el tiempo.

Tipos de investigación

De acuerdo al problema: El tipo de investigación es Concluyente Descriptiva, porque se propone identificar elementos y características de la situación actual del posicionamiento y dinamismo en las actividades de importación y exportación de los productos agrícolas no tradicionales Nicaragua.

De acuerdo a los objetivos: El tipo de investigación es Cuantitativa, de corte transversal y retrospectivo, este tipo de investigación se aplicará para la medición del grado de diversificación y concentración del comercio exterior y tener una valoración sobre la dinámica del comercio exterior de los productos agrícolas no tradicionales de Nicaragua.

- Fuentes de recopilación de la información

Las fuentes secundarias son el principal soporte para la explicación y progreso del estudio. Se requerirá información estadísticas de las instituciones del gobierno como el Banco Central de Nicaragua (BCN), el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC), Ministerio de Agricultura, Ganadería y Forestal (MAGFOR), la Dirección General de Servicio Aduanero (DGA) y Centro de Tramites de las Exportaciones (CETREX) Asociación de Productores Exportadores de Nicaragua (APEN) y de organismos internacionales como: Organización Mundial del Comercio (OMC), el Banco Mundial (BM), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura (FAOSTAT), todas ellas brindan información estadísticas del comercio internacional de sus países asociados, donde Nicaragua está afiliada a estas instituciones. Los datos son relativos al comercio exterior de los productos agrícolas no tradicionales de Nicaragua, para el periodo 2009-2013.

- Técnicas de recopilación de la información

La investigación se la realizará a través de la observación directa de los datos estadísticos de donde se derivan los indicadores del sector externo sobre los productos agrícolas no tradicional. Para obtener los datos se visitara la página web de las instituciones que mantienen bases de datos de comercio exterior y Balanza de Pagos de Nicaragua y de sus principales socios comerciales.

Los datos serán procesados en el programa Microsoft Excel versión 10 y grabados en una versión inferior, para que Pc con versiones anteriores puedan leer los archivos. El análisis derivado de los datos estadísticos, así como de la redacción del documento se realizara en Microsoft Word.

1. Comercio Global

Impulsado por el GATT, el comercio internacional ha desarrollado distintos procesos de negociación, semejantes al de la Ronda Uruguay de 1994. Este acuerdo, implicó consecuencias directas sobre distintos sectores (especialmente en el agrícola). Ultimando así, que los indicadores de crecimiento de los productos agrícolas básicos, era inferior al sector manufacturas; llevándole a acentuar, una tendencia divergente del consumo, una reducción sonante en la comercialización de los productos y un desarrollo agrícola, que se ha visualizado sostenible en las últimas décadas.¹⁵

La institucionalidad mencionada, hace vislumbrar los esfuerzos del comercio por insertar “cadenas globales de valor”¹⁶; donde se han modificado los sistemas productivos, en los cuales los países en desarrollo, siguen teniendo un papel fundamental, tanto en la producción, como en el incumplimiento de la labor; lo que ha socavado aún más la estructura de sus mercados y les ha convertido en exportadores netos de materias primas. En tanto que los países desarrollados, han percibido favorables términos de intercambio, que han afianzado el proteccionismo económico de estos, acrecentado así, la brecha comercial entre éstas economías y los países de bajos ingresos.

Asimismo, el escenario comercial actual, ha cimentado la base de su estructura, a través de la promoción y/u apertura de mercados de bienes y servicios; específicamente, en pos de los sectores altamente productivos. Como bien lo menciona el premio nobel de economía P. Krugman: “La productividad no es todo, pero en el largo plazo lo es casi todo”¹⁷. Haciendo énfasis de lo que ha ocurrido en las últimas décadas. Así también, el periodo que engloba este estudio, muestra una dinámica comercial rezagada, que se anuda a los bajos niveles de productividad y las constantes fluctuaciones de los precios internacionales, entre ellos: el petróleo, la soya, la carne, los metales, cereales, etc.

No obstante, cabe reseñar, que ante la incidencia de la crisis económica, los mercados han mostrado una pronta recuperación, siendo confirmada, por el crecimiento de volúmenes exportados. Donde además, los mercados más competitivos (China e India), en cuanto al manejo de sus costos, han permitido la reanimación de las economías avanzadas. En cuyo caso Estados Unidos y Alemania registraron al 2013 volúmenes exportados inferiores del 2.2% y 3.4%.

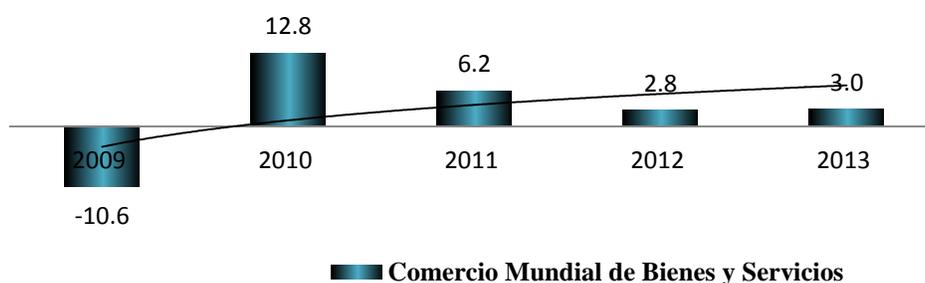
¹⁵ OMC. Acuerdo sobre la Agricultura. Public. Organización Mundial del Comercio. Edición: Los Acuerdos de la OMC (2014)

¹⁶ CEI. Revista Argentina de Economía Internacional. Centro de Economía Internacional Edición: no. 2 Diciembre 2013

¹⁷ BID. La era de la productividad. Como transformar las economías desde sus cimientos. Resumen Ejecutivo. Marzo de 2013.

En ello también se concibe, que la presencia de mercados diversificados, ha sido un mecanismo de autodefensa de las economías, en el contexto mundial. De tal forma, que se podría aseverar, que la diversificación de las exportaciones de países en desarrollo y de economías emergentes, son las que les han convertido en los principales actores del comercio global. Entre las mercancías más comercializadas al 2013, se hallan: Los productos agrícolas, con un crecimiento interanual del 2.56%, seguidamente de las manufacturas con 1.47% de crecimiento interanual¹⁸.

Grafica no. 1.1. Comercio Mundial de Bienes y Servicios. Variación Anual (2009-2013).



Fuente: Elaboración Propia. OMC/CEPAL (Informe anual de comercio exterior).

El repunte significativo del comercio al 2010 (12.8%), precedió como parte del estancamiento de una demanda, que mantuvo niveles inferiores al consumo habitual, durante el periodo 2009. Es decir, un descenso comercial sincronizado entre los mercados, que contrajo la producción. Empero de algunas economías que experimentaron una desaceleración y no un descenso de la producción en términos absolutos. El sector manufactura se contrajo (especialmente en la industria automotriz). Anteponiéndose a esto, las manufacturas de oriente medio.

Se hace considerable, la recepción de las manufacturas mostrada por el continente Africano (13.12%) en el mediano plazo. Donde, los productos agrícolas exportados, figuran con una acentuada participación de la Comunidad de Estados Independientes (CEI), 17.09% en exportación mundial. Siendo los mayores importadores de productos alimenticios, la región de oriente medio (entre ellos India, Pakistán, Afganistán).

¹⁸ OMC. Matriz del Comercio mundial de mercancías, por productos y por regiones, 2011-2013. Asia como uno de los principales actores del comercio global, ha dedicado un 20.32% de sus manufacturas hacia el continente Africano. Siendo no significativas las exportaciones de productos agrícolas. Es necesario, señalar que en el mediano plazo, las exportaciones agrícolas globales, estuvieron presididas por la Comunidad de Estados Independientes (17.09%). Juntamente de Oriente Medio que alcanzo un crecimiento del 12.84%. Ver también: OMC. Informe Sobre el Comercio Mundial 2010. El Comercio de Recursos Naturales.

La evolución comercial de los mercados agrícolas, presentada al 2013, se asemeja a una clara tendencia de países que prefieren dedicarse a la agricultura, habiendo alcanzado o no, un desarrollo agrícola sostenible. Mostrándose en ello, el mercado agrícola Chino, el cual se posiciona entre los principales países que ha intuido un alto valor social e individual en favor de la producción agrícola, juntamente de Egipto, además de Colombia en América del Sur y/u Sierra Leona en África. Este viraje comercial, se podría anudar principalmente a dos enfoques: el primero, referido a la no reactivación de la demanda en la industria manufacturera, que ha sido secundado por la persistencia del cambio climático.

El sector agrícola, vislumbra con la dualidad de sus mercados: el Tradicional y el No Tradicional; con características disimiles, las políticas comerciales se han tornado en respaldo de rubros potenciales, asumiendo la retórica del patrón consumo a nivel mundial. También, es importante mencionar la intromisión paulatina de las regiones al comercio No Tradicional, que permite tildar la participación de la región Latino Americana en los últimos tiempos. Este cambio en las tendencias de producción, toma en consideración los rendimientos del conjunto de países, que superan la brecha de los costos y la producción de insumos (abonos y plaguicidas) ante el avance tecnológico. No siendo el caso, de la alta dependencia del fósforo y amoníaco importado por los agricultores españoles¹⁹.

Por otra parte, la coexistencia de una agricultura exportable a nivel global, enfrenta serios desafíos en materia de competitividad. Según estadísticas del Banco Mundial, al 2013, se presenta una cantidad de 1,500 millones de personas que trabajaban en la producción agrícola (considerando un porcentaje significativo de mano de obra femenina)²⁰, lidiando con la prevalencia de modos de producción convencionales y tecnificados. Que ha objetado, sobre el impulso de la producción de calidad u de agro exportación.

En resumen; se podría aseverar que el comercio global ha rediseñado la estructura de sus flujos exportados (en favor de la producción agrícola), apoyados en la implementación de políticas continuas, que han buscado proliferar los obstáculos al comercio, destacando así, los mercados más diversificados, suprimiendo los factores incidentes en el aumento de la demanda (el factor climatológico, con extensas áreas en detrimento). Paralelamente, presentando una panorámica de la estructura de sus flujos.

¹⁹ EFE. Científicos Lusos Producen Electricidad y Fertilizantes A Partir de la Orina. Public. América Economía. Edición: Política y Sociedad. Noviembre 2014.

²⁰ BM. Informe de Desarrollo Mundial; empleo 2013. Ver también: FAO. "El Estado Mundial de la Agricultura y la Alimentación 2010-2011". Pág. 7-15 Roma, Italia.

1.1. Estructura de los Flujos Comerciales

En el 2013 los términos de intercambio entre las economías desarrolladas y los países en desarrollo, presentan una consistencia real en la producción y comercialización de productos agrícolas y textiles, con un ligero descenso en las materias primas, la industria extractiva y maquinaria de informática; estimándose así, como un indicio de la recuperación económica-financiera en el mundo. Empero, de que dentro de este periodo, se hace notoria una nueva ralentización de las economías ante la continuidad de la crisis en regiones u países de altos ingresos y economías menos desarrolladas, que se apegan a la baja productividad, con un crecimiento incipiente²¹.

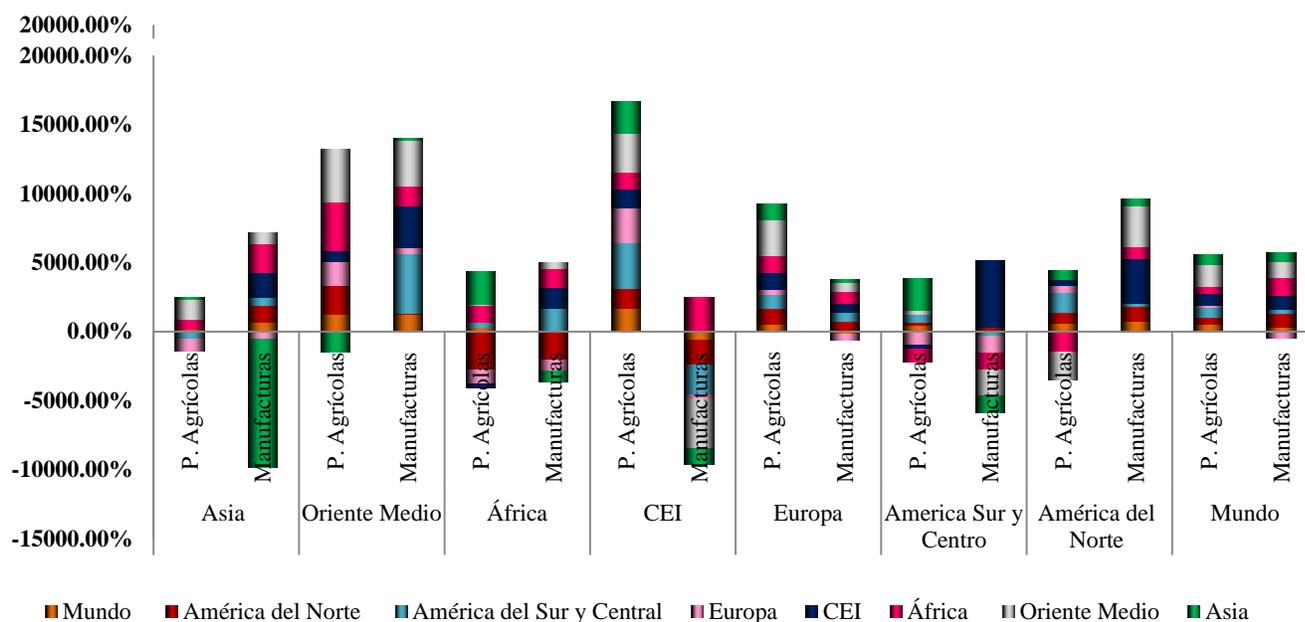
Los países que presentan una reducida oferta de su paleta agroexportadora, tienden a obtener una baja recepción de divisas; esta concentración en la oferta de productos, ha conllevado a que los países sean mucho más vulnerables a la evolución negativa de los mercados desarrollados y las condiciones atmosféricas. Las sequías o la caída de los precios en los mercados internacionales pueden agotar rápidamente sus reservas de divisas, reducir su capacidad de pago en importaciones esenciales y sumirlos en la deuda, siendo el caso actual de Nicaragua, una referencia de los países en desarrollo.²² También, en esto vislumbran los tipos de cambio, que han contribuido a la competitividad en el manejo de los costos y el incremento de los volúmenes exportados de economías en desarrollo.

Una parte complementaria dentro de la estructura de los flujos, ha sido el valor nominal expresado por la oferta agrícola y de manufacturas, en los cuales se mostró, un ritmo ascendente en los precios, tanto de los insumos, como del petróleo, que se hacen tan necesarios en la producción e industrialización y en cuyo caso serán explicados dentro del capítulo cuatro de este documento. Característicamente el desarrollo de los segmentos productivos, ha marcado una especial tendencia a la producción y comercialización de productos con valor agregado. El descenso de las manufacturas se ve reflejado en el comercio de productos alimenticios, realzando las debilidades de los sectores a nivel global. África ha sido sede, en la implementación de técnicas agrícolas, dado el grado de extensión geográfica que posee.

²¹ El calificativo de “Economías Menos Desarrolladas” para este estudio, tiene un mayor enfoque hacia la región Latino Americana. Esto debido a las características propias de los países en desarrollo, que actúan como un común denominador en la producción y comercialización de los cultivos no tradicionales. Además se hace necesario aludir, que la estructura de los flujos, tomara en cuenta los sectores primarios y secundarios.

²² Conferencia especial de Coyuntura Económica. Managua 2014. Perspectivas de la economía mundial. Banco Central de Nicaragua. Noviembre 2014. Vale aclarar, que a la fecha la deuda ha es controlada y sostenible, a pesar de la crisis.

Grafico no. 1.2. Comercio Mundial de Mercancías por Región (2011-2013).



Fuente: Elaboración Propia. OMC

Al analizar el contexto de flujos comerciales que presenta la OMC, la región Latinoamericana concibe una mínima participación en el comercio internacional. Donde, las exportaciones de manufacturas han concentrado un 48% de estas, en países como: Rusia, Armenia, Azerbaiyán, Bielorrusia y otros que son parte de la zona geográfica del CEI. La comercialización de productos agrícolas, ha estado dirigida hacia el continente Asiático. Reluciendo China, como el mayor receptor de materias primas de la región. En tanto que Brasil, destaca como un gran productor de alimentos; aun cuando las condiciones externas no han sido favorables. China a su vez, ha mantenido una sólida demanda por los productos agrícolas y mineros brasileños²³.

Asia ha colocado su producción manufacturera, dentro de la región Africana (con un crecimiento del 20.32%), siendo los circuitos electrónicos integrados los que incrementaron en demanda. Las economías en desarrollo de Asia constituyen el mayor centro de producción de bienes TIC, siendo representativos al 2012, con dos tercios de las exportaciones mundiales²⁴. Las exportaciones agrícolas con un crecimiento de 14.71%, se han redirigido hacia Oriente Medio. Contrastando así, con el 1.41% de su exportación agrícola mundial, mostrada hasta 2013.

²³ Sánchez Leytón, Rómulo. Reflexiones sobre economía desde Nicaragua. 2013

²⁴ UNCTAD. El valor de las importaciones mundiales de bienes de tecnología de la información roza los 2 billones de dólares, según datos de la UNCTAD. Comunicado de Prensa. Ginebra, Suiza. 11 de Febrero 2014.

Adicional a esto, se han hecho conjeturas acerca de la interacción en la colocación de flujos exportados hacia el continente africano. Hallándose así, la inserción de nuevas cadenas de valor y centros de atención especializados en la producción agrícola; focalizadas primordialmente, en áreas del Agro tradicional y la Horticultura de África Subsahariana²⁵. Esto retorna al planteamiento de que las economías han sufrido el agotamiento de sus recursos y se mueven en la búsqueda de mercados productivos, que permitan la generación de ingresos, en cuyo caso: es en búsqueda del acceso de áreas de cultivo, que permitan abastecer la demanda de alimentos de sectores altamente empobrecidos.

África por su parte, ha respondido a este estímulo comercial, mostrando un incremento del intercambio comercial con Asia del 23.68% en productos agrícolas. En tanto que las manufacturas responden a un mayor intercambio con la región Latinoamericana (17.15%). El CEI por su parte, ha destacado como despensa agrícola entre las regiones, dedicando su producción hacia América Latina (esencialmente de trigo) el crecimiento presentado fue de 33.33% en valor al 2013.

En esto también, el sector de manufacturas, se muestra con un retorno del 25.35% hacia continente africano. No obstante, los Estados Independientes presentan un crecimiento considerable, de los términos de intercambio agrícola, con otros socios comerciales como: Oriente medio (27.68%), Europa con un 25.39% de la producción agrícola, además de un 23.36% transable con Asia donde se concentran las importaciones de bienes agrícolas de la región.

El perfil comercial de Europa tuvo un frágil desempeño (-3.5%). Sin embargo, se registra un crecimiento del 25.32% de las exportaciones de productos agrícolas hacia Oriente medio, en listando productos tales como: Alimentación, Bebidas y Tabaco, los que intuyen en la agregación de valor. Adicionado a esto, el supuesto de que las exportaciones de la región, hayan sido lideradas por Francia, la cual se define como primera potencia agrícola de Europa; con una producción diversificada de cereales, remolachas azucareras, oleaginosas y papas²⁶. Las exportaciones de manufacturas, muestran mayor inclinación por el mercado africano, incrementándose en un 8.07%, donde se transaron bienes provenientes de la industria automotriz (23.7%), enseres y efectos personales (31.29%) y productos farmacéuticos (17.09%).

²⁵ Claridades Agropecuarias. << Perspectivas de los Productos Agrícolas para 2013; Nuevos Actores en el Sistema Alimentario Mundial>>. Revista no. 233. Enero 2013.

²⁶ “Francia, Primera Potencia Agrícola de Europa”. Diplomacia Económica. 2012.

Según los datos de OMC, Estados Unidos reflejo un crecimiento del 5.94% dentro de las exportaciones del sector agrícola; Siendo superada, por las exportaciones de manufacturas que consolidaron un incremento del 7.70%. Esta desaceleración, obedeció desierta forma a la actuación de políticas públicas, basada en la creación de empleos no agrícolas (2 millones), lo que desplazo en cierta medida la fuerza laboral del sector agrícola hacia sectores secundarios y terciarios²⁷. Entre los productos manufacturados, que intuyeron un crecimiento significativo en el valor de las exportaciones, están: El Hierro y el Acero (200%), Maquinaria y Equipo de Transporte (63.33%) y Enseres y Efectos Personales (33.33%). Particulares dentro de la demanda del CEI, consolidaron el 32.89% del valor exportado por ésta economía.

Asimismo, el sector primario hizo una mayor presencia dentro de las importaciones de América latina, experimentando un crecimiento en las exportaciones de la industria pesquera de este país, registrando un 26.76% de aporte al sector. De esta manera los flujos del comercio global muestran una tendencia mayor a la comercialización de productos agrícolas, a excepción de los Estados Unidos. La tendencia, también asume una mayor demanda de productos, por parte de los países de oriente medio (15.72%), como sería usual mencionarlo, dado que su trayectoria comercial, ha sido tildada, más por una dinámica petrolera y constantes conflictos bélicos. Empero de que, su comportamiento en la producción agrícola de los últimos años, da muestras alentadoras en el comercio actual (12.84%). Asimismo, es notoria la demanda de manufacturas localizada en el continente africano 13.12%.

La concentración de las economías en el continente Africano, se ha convertido en una salida para reducir la alta dependencia que tienen estos países, sobre los productos agrícolas básicos. Trazando así, nuevos horizontes para el continente. De esta manera, la transfiguración del comercio en el mediano plazo, ha cambiado la distribución comercial de las regiones, atribuyendo a su vez un desarrollo más integral, que ha ampliado las bases de intercambio entre los países. El viraje tecnológico insertado en los sistemas de producción, ha permitido el desarrollo de cadenas globales que han sustituido una producción tradicional o semi elaborada, por una de productos acabados. Promoviendo además, un comercio justo y equitativo entre los países, estos, han logrado congregarse a cada uno los factores de producción.

²⁷ BCN. "Economía Mundial". Informe Anual 2013. Nicaragua BCN, 2014.

En síntesis, las exportaciones de las economías asiáticas de los últimos años, han registrado un importe significativo de valor, que se adhiere al uso proporcional de tierras fructíferas en regiones altamente empobrecidas de África, las cuales han sido proyectadas como motor de crecimiento de un mundo globalizado. Además, se percibe que la producción de los sectores (agrícola e industrial), dentro de las exportaciones mundiales, ha adquirido un intercambio de bienes de consumo un tanto diferencial, referido al volumen de sus flujos y al posicionamiento de nuevos mercados, que emergen potencialmente en sus niveles de intercambio. Ejemplificando así, a los mercados agrícolas no tradicionales en América Latina.

Adherido a este concepto comercial, se encuentra: la generación de nueva infraestructura en los mercados y la necesidad de lograr un crecimiento sostenible de las economías. El cual toma en consideración, las características propias de los mercados. Así por ejemplo Tailandia, que había alcanzado en el 2009 1.08 millones de toneladas en la producción de maíz, haya descendido al 2011 con 390,081 toneladas en la producción de tal rubro, asimismo el caso de las Filipinas en la producción de arroz, representa volúmenes de 1195 toneladas para el 2009 pasando al 2011 con una producción de 687 toneladas. No así, para el caso de Brasil, que ha sido un mercado emergente y diversificado, no dependiente de sus fuentes petroleras u minerales²⁸.

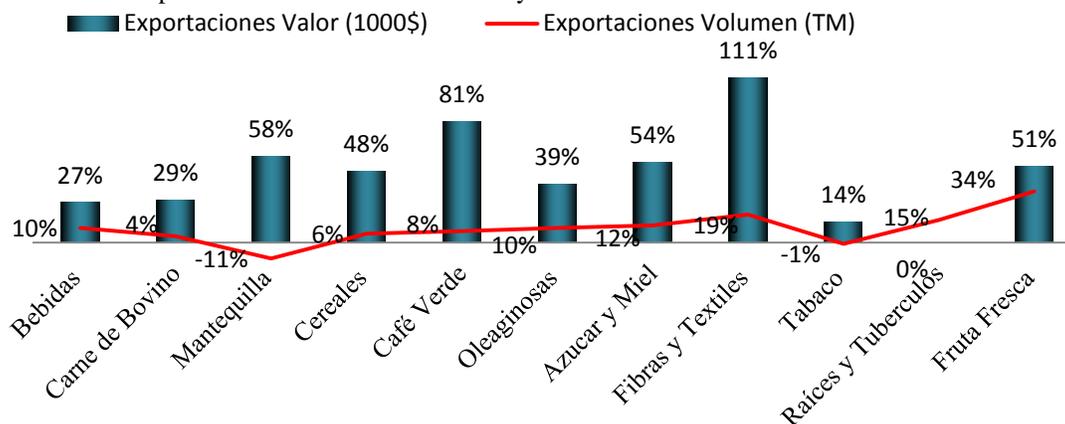
Tendencias del Comercio Agrícola

Según las estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), los cultivos y productos pecuarios, que vislumbran en el comercio global, con un mayor crecimiento exportado son: fibras y textiles que han mostrado un desempeño superior a los demás productos con un 111% en valor, siendo igualmente ventajoso, en el crecimiento de los volúmenes exportados con un 18.74%; seguidamente del cultivo de café, que alcanzó al 2011 un 81.40% en los valores exportados, no así, en el caso de sus volúmenes, que muestra un crecimiento de la producción, de apenas un 8%. Cabe recalcar, que la producción de café ha sufrido los efectos en las variaciones del clima, dando paso a una reducción en el consumo, especialmente de los países europeos (estos a causa de la crisis de la deuda), donde el comercio global ha estimulado el crecimiento del consumo en Asia y en otros países emergentes²⁹.

²⁸ Ver. FAOSTAT. Exportaciones por Productos Básicos. 2009-2011. En este apartado se toma ejemplo de países emergentes, que se asemejan a los mayores demandantes de productos agrícolas y que se han unido a una floreciente industrialización, que ha dejado de un lado, la comercialización de materias primas. Cabe agregar, que estos países se sitúan como parte del extremo oriente, cercano de Eurasia Oriental y/u Sureste Asiático. A excepción de Brasil.

²⁹ Agro noticias. Vietnam destrona a Brasil como primer exportador mundial de café. FAO 04.09.12

Grafica no. 1.3. Exportaciones Globales de Cultivos y Productos Pecuarios. 2009-2011



Fuente: Elaboración Propia. FAOSTAT

También la producción de mantequilla incremento sus valores exportados en un 58%, contrastando así, con el volumen exportado, el cual mostro una caída del 11%. No obstante, de los valores perceptibles en las exportaciones globales, las tendencias del consumo actual, tienen a una mayor inclinación por estilos de vida saludable, dado el nivel de desarrollo alcanzado. Donde además, se ha comenzado a tener en cuenta, una nueva frontera de posibilidades de producción. Esto, sopesa el volumen de producción generados por el comercio global en el mediano plazo, donde el volumen de las frutas frescas vislumbra con un potencial considerable del 34%, aperturando una brecha comercial, entre la producción de fibras y textiles (79%), café (325%) y/u la producción de mantequilla, en cuyo caso tendería hacer completamente reemplazada³⁰.

También, la tendencia de los productos ha comenzado a acrecentar los volúmenes presentados por las Raíces y Tubérculos, aunque en menor proporción de las fibras y los textiles, su demanda rebasa la producción del café, e incluso de las oleaginosas a nivel global. De forma recíproca, la teoría Ricardiana plantea, que los países u economías, deben especializarse en la producción y exportación de bienes, en los que son comparativamente más eficientes. Por lo que se podría aseverar, que esta tendencia comercial desempeña un papel fundamental en la seguridad alimentaria y la generación de divisas a nivel mundial. Al garantizar, por ejemplo que los mercados mundiales cubren el déficit temporal o prolongado de productos alimenticios. Por lo cual se analizan las tendencias de la agricultura desde una percepción no tradicional.

³⁰ En el caso observado de la mantequilla, los países no cumplirían con un máximo de producción, si decidieran combinar la producción de mantequilla con algún otro rubro. Las economías de hoy, aluden a la teoría Ricardiana, dado el viaje comercial a nivel mundial. Así pues, Estados Unidos que ha dedicado su atención a estimular la demanda por bienes de consumo de lujo, estaría convirtiéndose aún más, en un referente de las importaciones agrícolas de mercados en desarrollo, como el caso de Nicaragua. Pudiendo ser contraproducente por el sistema de proteccionismo del norte.

1.2. Comercio Global de Productos Agrícolas No Tradicionales

La función tradicional de la agricultura para la producción de alimentos y la generación de divisas es fundamental; sin embargo, la agricultura y todo el sistema alimentario desde los insumos y la producción, pasando por la elaboración, el almacenamiento, el transporte y la venta al por menor, hasta llegar al consumo, pueden atravesar diversas trabas económicas, generando un alto costo social. Dejando a entrever, el valor intrínseco de los productos agrícolas no tradicionales, como un agregado en la seguridad alimentaria de sectores altamente empobrecidos, siendo esto un factor preponderante a la hora de elegir su comercialización y/u producción.

Al mismo tiempo, es necesario tener en cuenta que la representación de dichos productos ante el comercio mundial, hace frente a las diversas carencias existentes, en materia de desarrollo global. Donde las estrategias de políticas comerciales, se han tornado en pos de la producción de dichos rubros. Hallándose asociado a factores que involucran: el incremento en pérdidas de productividad (valor agregado) y gastos directos de atención sanitaria en áreas rurales (especialmente para los países en desarrollo). Es decir, áreas germinales que han hecho florecer a esta producción agrícola; repercutiendo en un 5% del producto interno bruto (PIB) mundial³¹. Estableciéndose entonces, como una agricultura de subsistencia y/u hasta familiar.

La agricultura no tradicional ha impulsado su criterio, en la captación de recursos (Financieros de servicios y de conocimiento) y la eliminación de obstáculos en los marcos regulatorios (legales, comerciales y de inversión) e infraestructura. Procurando viabilizar una dinámica productividad, competitiva y rentable de estos rubros. La innovación de los sistemas de riego y plantación, y la formalización de los sectores agrícolas no tradicionales, hacen parte de los esfuerzos socialmente económicos, por alcanzar un mayor crecimiento en el mediano plazo.

De manera conciliatoria, el desarrollo del comercio agrícola no tradicional ha buscado sobrellevar a una disminución real de la pobreza y la mal nutrición,³² encontrándose adherido, a los objetivos socio-económicos de países emergentes, que han rediseñado su modelo agrícola, puesta la necesidad de aumentar la producción de alimentos que contengan un alto valor nutricional, frente a una población creciente y en grandes extensiones de tierra en detrimento.

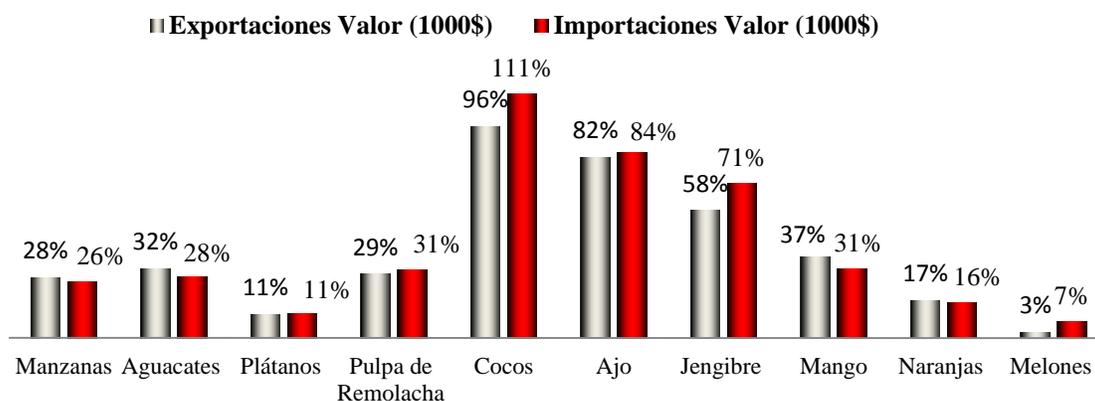
³¹ FAO. El Estado de la Alimentación y la Agricultura 2013. Public. Departamento de Desarrollo Económico y Social. Edición: Sistema de Alimentos para la Nutrición; FAO. Roma 2013

³² Esto, como parte del Objetivo no. 1 del milenio que dicta: La Erradicación de la Pobreza Extrema y el Hambre”.

1.3. Comercio de Principales Productos y Países

La rentabilidad de los productos agrícolas no tradicionales de exportación, ha dado un impulso significativo para la mayoría de países en desarrollo; sopesando sí, la incertidumbre dejada por la crisis en el mercado internacional. Estos productos han sido vistos, como una salida hacia un nuevo eslabón productivo. Los rubros no tradicionales, han sufrido distorsiones en los términos de intercambio, debido a las fluctuaciones de dólar (EE.UU) en los últimos años, lo que a su vez, ha conllevado a generar condiciones desfavorables, que han reducido la capacidad en el manejo de los costos. El siguiente análisis, presenta el crecimiento comercial de estos productos, considerándoles como rubros potenciales dentro del periodo.

Grafica no. 1.4. Crecimiento de las Exportaciones e Importaciones Mundiales. (2009-2011)



Fuente: Elaboración propia. FAOSTAT

En el grafico no. 3 se hace evidente el crecimiento de las exportaciones del cultivo del coco, el valor de las exportaciones de este rubro, oscilo un promedio de 176 miles de dólares al 2011. Según las previsiones de FAO, el continente Asiático se define al resguardo de la cocotera mundial, la cual ha sufrido los efectos del cambio climático, admitiendo con ello, que la diversificación y el intercalado de cultivos puede ofrecer un acceso clave a insumos, permitir el restablecimiento de las zonas de cultivo y crear condiciones necesarias, para hacer frente a casos fortuitos³³.

³³ “Los Productores de coco de Filipinas luchan para recuperarse tras el tifón”. Comunicado de Prensa FAO. Tacoblan, Manila. 27de Enero 2014. Asia, se ha presentado como el mayor productor de cocos en el mundo.

Asimismo la presencia del cultivo, en el crecimiento de las importaciones se hace notorio (111%), puesto que supera las exportaciones generadas por el mundo. Haciendo perceptible con ello, el grado de demanda insatisfecha, que oscilo en un 16% al 2011. Adherido como parte, de la reducción del precio internacional del coco; éste contabilizo una producción mundial de 58 millones de toneladas, mermando su oferta exportable en un 2.34 por ciento, en comparación al ciclo anterior. Siendo supera en ciclos posteriores, la producción del cultivo y las cadenas globales del coco, se han impulsado en favor de un desarrollo económico, cultural y turístico, en los últimos tiempos.

Se cotiza también, que la producción de ajo oscilo en un promedio de veintitrés millones de toneladas al 2012; además, el crecimiento de las exportaciones del ajo no se hace indiferente entre los cultivos no tradicionales, el valor presentado de este rubro alcanzo 2.8 millones de dólares en el 2011, un crecimiento del 82% para los ciclos presentados. Se podría aseverar, que el cultivo de ajo, se hace atractivo en la producción mundial, dado el nivel de consumo y/u la demanda satisfecha por importación (84%).

La producción de la hortaliza, ha sido una variable constante en los productores Chinos a nivel mundial, con la particularidad de que se exporta menos del 10% de su producción, siendo esto determinante para el comercio internacional³⁴. Las importaciones de Jengibre superan en un 22.41 por ciento a la oferta nominal presentada en los últimos años. Dentro de los demandantes más destacados esta: el mercado Japonés y el de Estados Unidos. Los nipones, intuyen un alto valor social en la compra del rubro, dada las características gastronómicas y culturales que presenta la región asiática.

La exportación, por parte de Estados Unidos, tendería de cierta forma, a un consumo inducido, dado la proporción de migrantes asiáticos refugiados en este país del norte, abastecidos en principio por países como: China, India y Perú³⁵. La producción mundial de jengibre, incremento en un 27.46% al 2012, concretando un área de 322,157 Ha, en el mundo al 2012. Encontrándose al mango, el segundo producto más consumido en el mundo, luego de la piña, presenta un retorno en valor de 1, 371,878 millones y un incremento del 58% de sus exportaciones. Siendo ventajoso por el 71% de importación.

³⁴ Odarda O. Mercado de Ajo en China. Informe; Consejería Agrícola de la Embajada de Argentina en la República Popular de China. Beijing, 8 de marzo 2012.

³⁵ CEI. Mercado para el Jengibre. Japón, Estados Unidos, Canadá y Suiza. 2011

La demanda insatisfecha oscila el 22.41% en el mediano plazo. La producción del mango sumo al 2012 una cantidad de 42, 139,837.31 toneladas métricas. Bangladesh como el mayor productor, mostrando una producción promedio interanual de 927,561.25 toneladas métricas. De los productos detallados en el grafico anterior, los tres principales productos que generaron mayor valor, corresponden a la producción de la región Asiática, llegando a alcanzar hasta un 4% de rubros producidos mundialmente, dado la participación de Bangladesh en la producción de mango.

Las manzanas, por su parte, generaron un incremento del 28%, apuntalando a Brasil como un productor emergente con 1335,478 toneladas producidas al 2012, disputando su lugar con otros competidores como Chile y Argentina. Cabe mencionar que Chile ha liderado dentro de la producción de manzanas, en el último quinquenio³⁶.

Los aguacates, establecen una brecha comercial del 87% entre el crecimiento de las exportaciones e importaciones presentadas al 2011. Traduciéndose en un choque de oferta, dado el grado de consumo por parte de la demanda internacional. La producción del fruto, apuntala a México como el mayor productor del fruto seguido por Chile. México, ha desarrollo a este periodo 1, 264,141 toneladas métricas de producción, dedicando a su exportación 347,209 toneladas. Abasteciendo el autoconsumo con 916,932 toneladas. El aguacate es parte de las principales frutas fresca, comercializadas en el mundo, sin embargo, frente a los antecedentes de la crisis, ésta pudo haber incidido en la demanda mundial³⁷.

Usualmente la pulpa de remolacha tiene una participación menos acentuada, en el consumo y comercio global; sin embargo, su periodo refleja un exceso de la demanda de un 6%. Las naranjas en contraste de ésta, se presentan con una demanda inferior a la oferta en un 6%. No así en la oferta del plátano, que ha ido creciendo de acuerdo su demanda. Por último el fruto del melón, presenta una demanda significativa en el comercio global, donde ésta última supera a la oferta en un 133%. Convirtiendo al mercado melonero, en un plaza de producción atractiva.

³⁶ “Chile fue el segundo mayor exportador mundial de manzanas”. Agro noticias FAO 23.11.11. Se asume, también, la presencia de competidores potenciales como es el caso de China. Empero, de no ser un competidor directo, dado que produce mayormente para su autoconsumo. Transando alrededor del 10,8% de su producción, en los mercado internacionales.

³⁷ “La producción mundial de fruta tropical alcanzará 82 millones de toneladas en 2014”. Agro noticias FAO. 27.09.12. La cuota de mercado, que cotiza América Latina con la producción de aguacate, actualmente oscila en 86%, por parte de los países desarrollados.

No obstante, éste tiende a tener valores mucho más inferiores a los de los demás mercados. Y así, las exportaciones de estos rubros (39.24%), se hace inferior al de las importaciones (47.69%), propiciando una cuota de mercado para los países audaces que buscan diversificar su paleta agro exportadora. Además en estos recae, un 60% de frutos que corresponden a la producción de países en América Latina³⁸.

- Comercio de Países

Determinando al comercio agrícola no tradicional, por una productividad ascendente de la mano de obra y los flujos de capital, una disminución del porcentaje de la población que trabaja en la agricultura (Estados Unidos) y una urbanización que se vuelve cada vez más consistente en las economías, entre otras características de las regiones; el comercio global, se ha vuelto en pro de un uso más eficiente de los recursos dentro de las economías. Donde según la FAO, el 90% de frutas tropicales, se producen dentro de países en desarrollo, estimulando así, la producción de las economías que especialmente se concentran en la región Latinoamericana.

Además, que la existencia de nuevos modos de transporte, ocio, empleo y niveles de vida más sedentarios han provocado un incremento en la demanda de alimentos ricos en nutrientes. Focalizando así, la atención hacia el consumo de productos agrícolas no tradicionales. El crecimiento de la agricultura no tradicional de exportación, ha representado nuevamente la apertura de mercados exigentes, en base a la calidad de su producción y la disponibilidad de estos productos fuera de temporada.

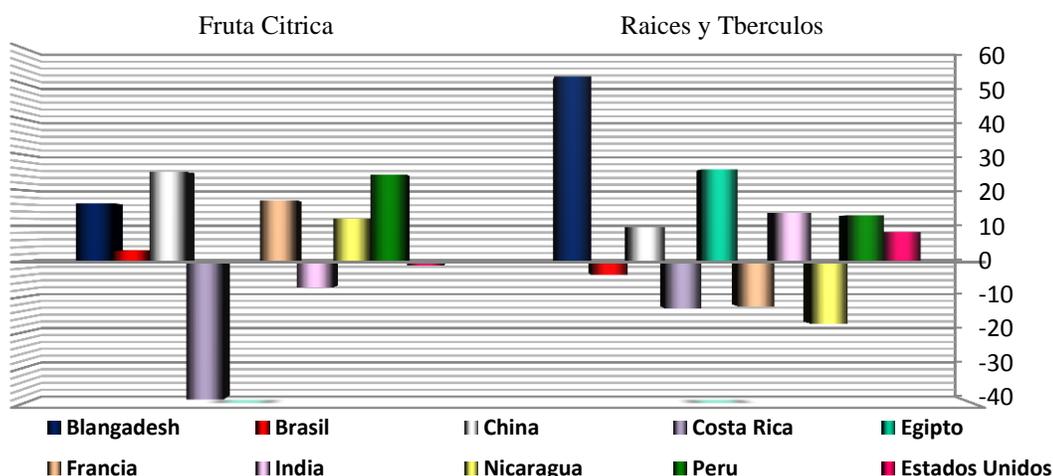
Cabiendo recalcar, que la oferta ha resultado insuficiente, causando una constante fluctuación de precios en los mercados. Desarrollando así, una lista de países (entre ellos emergentes) productores de tales rubros. La lista se encuentra provista por el crecimiento de la producción de frutos cítricos y hortalizas como parte esencial de políticas globales implementadas, en pro de la seguridad alimentaria.

Hasta ahora, los vínculos comerciales que vislumbran entre las regiones, han sido directamente las de la región Asiática, Latinoamericana y Africana. Sobre todo, por un incremento de la corriente comercial de China con diversos países de estas regiones. También es observable, que las relaciones siguen siendo frágiles y con escasa diversificación. Y las ventajas comparativas de América Latina, no han sido aprovechadas en el mediano plazo.

³⁸ Base de Datos FAOSTAT. 2014

China ha logrado una diversificación mayor de su mercado, convirtiéndolo en un horticultor potencial en los últimos años. Donde además, se ve representado, por una quinta parte de la población mundial, que posee una cantidad limitada de tierra para sembrar y pocas reservas de agua con respecto a la población base³⁹. Esto ha expandido sus flujos comerciales hacia África, restableciendo las áreas en deterioro.

Grafica no. 1.5. Producción TM de los principales países exportadores (2009-2012)



Fuente: Elaboración Propia. FAOSTAT

China registra un crecimiento significativo en el tonelaje de su producción al 2012; hallándose así, una producción de 32, 221,345 TM en Frutos y 171, 318,079 TM de raíces y tubérculos; incrementándose en un total del 25% y 10% respectivamente. No obstante, el volumen de la producción exportada, alcanza un promedio de 245 TM en raíces y tubérculos y 336,889TM en las exportaciones de frutos. El valor generado por las hortalizas oscilo un promedio de 698 dólares al 2012 y 213,561.66 miles de dólares. Ratificando una tenue participación del comercio.

Bangladesh, es otra de las economías pertenecientes al entorno geográfico de Asia, presenta cuantiosos flujos productivos dentro de los rubros y se presenta como una economía en desarrollo que ha logrado diversificar su mercado en los últimos tiempos, manteniendo un crecimiento cercano al cinco por ciento, aunque con una balanza comercial deficitaria. Dando paso firme a la producción de hortalizas en un 52%. Y de un 16% en la producción de frutas cítricas.

³⁹ OCDE-FAO. Perspectivas Agrícolas 2013-2022. Public. Universidad Autónoma de Chapingo. Pág. 76-81 Texcoco, Estado de México. 2013 Los cambios demográficos de china, dificultarán la oferta, aunque también estimularán la demanda de productos con valor agregado. Vale agregar, que ésta última, ha producido para su consumo en los últimos años.

Las condiciones geo-climáticas del país sur asiático, que sufre constantes inundaciones, ha convenido el apoyo de países como parte de la cooperación externa (española), focalizando así, el desarrollo de infraestructuras de áreas rurales, que han sido beneficiosas al desempeño de los rubros⁴⁰. Destacado por su densidad poblacional, éste, se caracteriza por un bajo costo de la fuerza laboral, altos signos de pobreza y mayores sistemas urbanísticos.

La producción de India, refleja una mayor inclinación por las raíces y tubérculos (13.67%). Siendo considerada como un país de bajo ingreso, la India ha logrado posicionarse y solidificarse como la segunda nación de más rápida expansión económica de los últimos años, después de China. El país representa modelo de superación, basada en los factores de crecimiento: Fuerza Laboral, Capital y Productividad⁴¹. Desde décadas pasadas, la India se ha caracterizado, por ser una de los mayores productores de frutas en el mundo. Sin embargo, se deja a entrever que el mercado no ha sido explotado al máximo, debido a los desafíos estructurales que ha tenido que enfrentar hasta la actualidad.

El mercado de la India muestra un declive en el crecimiento de la producción de frutas, siendo menor en un 7.23%. El porcentaje de producción de frutas, dedicado a la exportación es nulo dentro del periodo. Asimismo, las raíces y tubérculos, presentan un descenso de la producción transable en el comercio global, hallándose menor en un 19%, siendo rentable en un 3% de los valores percibidos por las exportaciones.

Traspasando a la región Africana, se focaliza a Egipto como una de las economías incipientes en la producción de dichos rubros, su producción hortícola presenta mejores resultados que la producción frutícola, donde se observa un ligero descenso de su producción (-0.48%), ascendiendo en un 26% en la producción de raíces y tubérculos. La solidez de su mercado podría hallarse sujeta a los rendimientos con los que cuenta el mercado, traducido a las nuevas tendencias de inserción tecnológica de la región.

El 2013 reporta mejoras, con la reducción de costos de producción, un uso eficiente de recursos (humanos y medioambientales) y un incremento de la productividad en la fuerza laboral femenina⁴². Francia por su parte, ha provisto de mayor atención al mercado de frutas, alcanzando un crecimiento del 17%. Sin embargo, el porcentaje de producción, dedicado a la comercialización se ha reducido significativamente en un 97% al 2011.

⁴⁰ Bangladesh. República Popular de Bangladesh Ficha País. Septiembre 2014.

⁴¹ “El Desarrollo Económico de India”. Síntesis Asia. Revista Dracma. Enero de 2008

⁴² “Egipto: Cadenas de valor hortícolas en beneficio de los pobres en alto Egipto”. Síntesis (F-ODM) Programa conjunto en acción. 04 de Diciembre 2009 - 30 de Junio de 2013. Alrededor de estos dos artículos citados, se asume, de que el desempeño local de la producción de estos rubros, ha sido impulsado por el sector privado en los últimos años.

En contraste, el descenso productivo de las hortalizas, ha experimentado una mayor trazabilidad, exportando el 80% de los rubros producidos⁴³. Adicionando, que Francia se presume, como el mayor agricultor de la zona Euro. Afectado, por la presencia de los mercados emergentes, se ha visto reducida la cuota de mercado.

Brasil se ha emprendido mayormente, en el crecimiento productivo de la fruta cítrica. El incremento de la producción (2.94%) obedece a una expansión de las plantaciones, que se han hecho enérgica la dinámica productiva. Así, la producción tuvo 20, 258,507 toneladas al 2012, un 8% menor a la producción de 2011. Se concibe también, que dadas las características climatológicas del país, éste ha permitido una variación interanual de – 1.9 millones de toneladas a lo largo de los ciclos. El crecimiento en la producción de tubérculo, ha sido negativo (3.7%) y con ello se observa que Brasil gran proveedor de materias primas para países como China data, de una producción menos consistente.

Perú ha resaltado muy bien, el crecimiento de su producción de los dos grandes grupos, de la actual tendencia agrícola. En las frutas se presenta con un incremento del volumen de producción del 24% y en las Raíces con un 13%. Luego de los países asiáticos es el tercer país, en el que no ha recaído la producción en los últimos tiempos. El valor FOB de las exportaciones de raíces y tubérculos, consideran un crecimiento del 40.5% al 2011. Donde el crecimiento de la producción de estos rubros, destinada a la exportación fue de un 36%. Lo que permite suponer cuantiosos rendimientos de la producción.

Nicaragua por su parte, deja a entre ver claramente la estreches de un mercado tradicional⁴⁴, que coloca pequeñas cantidades de productos en el comercio exterior. Característico por la dependencia de flujos de inversión extranjera, el país presenta una producción tenue, entre el grupo de países. Empero de la economía Brasileña, incrementándose así, la brecha comercial para la producción de frutas cítricas entre las dos naciones (305%). Cabe reseñar que Nicaragua, ha sobrellevado de eficazmente la producción agrícola en el mediano plazo. Las políticas comerciales y de desarrollo, implantadas bajo el Plan Nacional de Desarrollo Humano: “A Salir de Adelante a pesar de la Crisis Económica Internacional” le han dado ya a Nicaragua, ventajas comparativas reveladas.

⁴³ FAOSTAT. Comercio/Francia/Frutas Frescas/Raíces y Tubérculos. 2014

⁴⁴ El tema de un mercado tradicional esta interrelacionado con la producción u cosecha de origen “acriollado”. En los últimos tiempos, Nicaragua ha buscado sufragar el estado depresivo de la demanda, dando apertura a sus exportaciones con cero por ciento de arancel, de forma relativa.

No así, para Costa Rica, se registran términos desfavorables de intercambio. Su producción de raíces y tubérculo se consolidó en 2011 con 326,697TM; en tanto que las exportaciones oscilaron con 36,654TM, adquiriendo un valor de 27,827 dólares por tonelada métrica, apenas un 2% superior al ciclo de iniciación (2009). Además de la fruticultura del país que ha decaído en 39% en aras de la producción prevista para 2013.

Frente a la crisis ocurrida en el 2009, la producción agrícola de Costa Rica, se ha visto seriamente afectada; donde se podría aseverar que el crecimiento de la producción no tradicional, se ha ralentizado y las importaciones han florecido, sobre todo para los volúmenes de productos hortícolas (7,294TM), sumando un valor de 6,639 \$ al 2011. Presentando una evolución balanceada del comercio, la economía dista de la lista de países productores.

Estados Unidos, siendo el mayor receptor de productos, provenientes de la región latinoamericana, se ha virado escasamente ante el provenir de la tendencia agrícola no tradicional, en donde la producción de raíces y tubérculos, irrumpe con un crecimiento del 8.22%, contrastando con el -1.22% que recibe al 2012 de la producción frutícola. Estimaciones de la FAO indican que el país únicamente se autoabastece en el caso de las raíces.

1.4. Factores Comerciales de la Producción No Tradicional

Las estadísticas de la FAO sobre comercio internacional, consideran que hay una mayor importación de estos productos, es decir, una mayor tendencia al consumo que a la producción. Esto demarca una severa predisposición hacia la dependencia global de los alimentos, teniendo en cuenta: cambios de hábitos alimenticios de la población, gustos y preferencias que se insertan al momento de ser cultivados y/u comercializados a lo interno y externo de los mercados. Por tal razón se desarrollan los factores de carácter exógeno y endógeno de la producción agrícola no tradicional global.

Los factores de carácter exógeno, resultan de la irracionalidad del uso de los recursos a nivel global; siendo un tanto económicos, ambientales, políticos, comerciales y humanos. Vislumbrando éstos, en el desarrollo del estudio, de una manera tenue. Cabe recalcar que a pesar de existir una amplia tendencia del consumo hacia estos productos, existe una dependencia generalizada de las regiones explicándose así, a través de los siguientes factores.

- Poca o Casi Nula Disponibilidad del Recurso Hídrico⁴⁵
- Detrimento Excesivo de las Tierras
- Investigación, Innovación e Implementación Tecnológica (valor agregado nulo)
- Disminución de la Mano de Obra Agrícola
- Crecimiento Poblacional
- Políticas Económicas Improductivas⁴⁶
- Cambios en los Estilos de Vida y Patrones de Consumo
- Fenómenos Climatológicos Alternos, Inundaciones y Sequias
- Acuerdos Interregionales⁴⁷

Estos factores explican el rezago de ciertas regiones y/u economías a producir, además de presentar los elementos implícitos en el desarrollo del comercio. Así por ejemplo, la escasez de la mano de obra, un factor que según David Ricardo, alejándose de todo proteccionismo, dentro del comercio internacional, los salarios tienden a hacer lo necesario para sobrevivir y reproducirse. De manera que esto se hace dependiente de otros factores como el crecimiento poblacional que afecta la oferta de la mano de obra.

La teoría Ricardiana alude al costo de la producción, en base a la teoría del valor trabajo, en la cual los salarios reales de los trabajadores, no puede exceder del equilibrio normal, dado que se estimula el crecimiento de la población disminuyendo los salarios frente a una mayor oferta de mano de obra (mano de obra más barata). Si por el contrario, se disminuyeren los salarios por debajo del equilibrio, se provocaría un descenso en la población y los costos de mano de obra aumentarían. En tanto que el nivel justo de equilibrio y/u pleno empleo, según el planteamiento Ricardiano, se logra a través de salarios de subsistencia que permitirían una reproducción ajustada de la población⁴⁸.

⁴⁵ FAO. La FAO y la Agenda de Desarrollo Post-2015. Marzo 2014. La escasez crónica del agua ha provocado un deterioro de la producción agroalimentaria (África Subsahariana). Sin embargo, se presenta el caso de economías que emergen con un 44% del uso de agua para agro producción en países de la OCDE y un 74% para países BRIC y un 90% alcanzado por los países menos desarrollados.

⁴⁶ Políticas Improductivas: Visualizadas como aquellas que no favorecen el crecimiento del sector, así por ejemplo políticas que subsidian la producción del sector. Estados Unidos suele ser un ejemplo práctico de esto.

⁴⁷ Estos acuerdos han ligado a los países en desarrollo, a comercializar las materias primas a mercados preferenciales, otorgándoles mejores términos de intercambio.

⁴⁸ Vargas G. (2006) Introducción a la Teoría Económica un Enfoque Latinoamericano. Editorial: Pearson Educación. Esta concepción se vincula a la apreciación malthusiana de la producción de alimentos, cuyo crecimiento aumenta en las

El salario de subsistencia, como ya se planteaba en el primer punto de este capítulo⁴⁹, pero, desde la perspectiva de un mercado agrícola de subsistencia, que se inserta a través de las cadenas globales de valor, precisa de la condición actual del comercio global y/u en base a los producción agrícola no tradicional. La poca consistencia de estos productos dentro de los mercados y el constate incremento de la población ha conllevado a ajustar el salario natural y/u real de los productores agrícolas, además del factor tierra (tierras en detrimento) que ha contribuido a la migración poblacional del sector agrícola, estimulando el alto costo de la mano de obra.

Por otra parte, se sintetizan alguno de los factores endógenos que hacen parte esencial de la Productividad contenida en la agricultura no tradicional. Estos principios, se resumen de acuerdo al factor común que se visualiza a través del estudio (principalmente producidos y comercializados por países en desarrollo) y del “Boom Comercial” que han generado los productos agrícolas no tradicionales en los últimos tiempos. Hay que mencionar que muchos de los países que hoy figuran a través de este vaivén comercial, adolecen de constantes altibajos.

Donde también, afloran un cercano vínculo, a un fenómeno socioeconómico, impulsado por una segunda etapa de un mundo globalizado⁵⁰. Tomando como principio, a este fenómeno socioeconómico, se debe agregar, que esto se encuentra estrechamente relacionado a un alto grado de desigualdad en las corrientes sociales (concentración de la riqueza), que ha estimulado la interesa en el consumo de los productos. El trascurso de aparente unanimidad entre las potencias mundiales y aquellas que emergen de regiones menos favorecidas, ha traído consigo la aplicación de políticas de desarrollo más integrales en los procesos productivos. Donde también, vislumbran la existencia de una mayor propensión de la mano de obra femenina dentro del sector agrícola, tanto en la parte informal como formal⁵¹.

Detalladas ciertas perspectivas que engloban estos factores de carácter endógeno y acentuado, el grado de incidencia que han tenido estos factores en la productividad, se presentan en sus puntos más relevantes, los desafíos internos de los mercados no tradicionales:

condiciones más favorables. Así la diferencia entre esta dinámica (producción de alimentos) y la población, llevaría a una economía de subsistencia.

⁴⁹ Punto de Referencia: Comercio Global

⁵⁰ Krugman P. ¡Acabad Ya con Esta Crisis!, tr. Por Cecilia Belza y Gonzalo García. 2012. Una segunda etapa, A la que el autor citado llama: “Segunda Edad de Oro”, que ha traído consigo Mayor Productividad, Circulación de Cerebros y el predominante factor tecnológico. El caso de los países emergentes (BRICS), es un claro ejemplo de esto.

⁵¹ FAO. Estado Mundial de la Agricultura y la Alimentación 2010-11. Roma 2011. Las mujeres constituyen, por término medio, el 43 % de la fuerza laboral agrícola de los países en desarrollo, cifra que oscila entre aproximadamente un 20 % en América Latina y un 50 % en determinadas partes de África y Asia, y supera el 60 % en unos pocos países solamente

- Mejora de la Gobernanza de los Recursos
- Programas de Desarrollo Agrícola
- Acuerdos Institucionales
- Tipos de Cambio
- Precios a Nivel Internacional
- Competitividad Relativa del Mercado Agrícola No Tradicional
- Desigualdad social de los sub sectores.

La gobernanza de los recursos⁵², toma como partida inicial, la disponibilidad que tienen los recursos en las economías y como han sido representados a través de las políticas y/u modelos agroeconómicos del mundo; a lo que vale agregar, que estas han sido adoptadas en los últimos años, como medida de seguridad medioambiental. La producción agrícola no tradicional, es vista como un fácil generador de divisas, por el tipo de producción y/u transformación, que busca superar los bajos niveles de productividad, que han afectado drásticamente al comercio. Al mismo tiempo, de procurar un crecimiento sostenible.

Este nuevo modelo agrícola⁵³ ha resistido ante los desafíos del comercio global, caracterizado por los rápidos avances de las TIC, que sirven como una ventana comercial, a la oferta de los productos; seguido, por los menores costos de transporte, la liberalización del comercio y el auge de la inversión extranjera directa hacia este sub sector. Paralelamente, cada una de las políticas comerciales, ha instado a la inclusión social agrícola de programas que promueven primordialmente el uso adecuado de los factores de producción.

De otra manera, una retrospectiva del “tipo de cambio” redundante en el comercio, dada la presencia de flujos económicos generados por las exportaciones; ha dilucidado así, que los términos de intercambio generados en el comercio, corresponden de manera directa al tipo de cambio y los precios a nivel internacional.

⁵² La Gobernanza de los Recursos es realmente referido, a la normativa por la cual se rigen a los productores agrícolas, de acuerdo a la fragmentación geográfica de las cuales dispongan para el desarrollo de su actividad. Tanto así, como medidas sanitarias y fitosanitarias de acuerdo al criterio institucional de la OMC.

⁵³ Este nuevo modelo agrícola se encuentra referido al “Boom Comercial” de la agricultura no tradicional.

El tipo de cambio es una de las variables que más afecta al sector agrícola; su impacto en la agricultura se puede clasificar de acuerdo a la incidencia de éste en los costes de factores productivos, como son: los insumos y las materias primas, entre otros tales como: Tierra, el trabajo y el capital⁵⁴. Así también, el desarrollo de la agricultura no tradicional en América Latina, se concibe como una actividad clave de la región, puesto que existe fertilidad en la dinámica comercial de los distintos rubros; que ha buscado su crecimiento, productividad y expansión de áreas en producción en los últimos años.

La comercialización de ciertas economías que integran a la región, se muestran un tanto sumergidas frente a la competitividad en la oferta de sus productos. Por ejemplo, Colombia en sus exportaciones agrícolas tradicionales y no tradicionales de la agroindustria muestra una caída de las exportaciones al exterior, en dos de los principales productos que al 2012 se hacen significativos en el mercado regional: Bananos o plátanos; haciéndose negativa, en el volumen de su balanza en un 10.4% de toneladas no ofertadas entre el ciclo 2012-2013⁵⁵.

En ello se ve reflejado; la relación beneficio costo de la producción agrícola, que socava la estructura agroexportadora de la región en base a los términos de intercambio. La región emplea una proporción importante de mano de obra no calificada oscilando entre el 48 y 91% en países como Argentina y Nicaragua. Además de tener en cuenta que la demanda de insumos por parte de la región es ligeramente considerable puesto que los productores se apegan mayormente a técnicas artesanales⁵⁶.

Al mismo tiempo, de que las exportaciones de la región han presentado un retorno a la comercialización de estos productos; se ha producido un modelo agrícola que se inclina y/u adhiere a programas que buscan un mayor desarrollo de los sectores agrícolas. La inserción de valor a la cadena productiva, se anuda al conjunto de políticas que impulsan o subsidian a este sector, para desarrollo de los micros, medianos y pequeños productores, en investigación e implementación tecnológica. Lo que es una actividad inmersa en la agricultura regional.

⁵⁴ Katz E. Melo O. Tipo de Cambio y Competitividad de la Agricultura Chilena. Pontificia Universidad Católica de Chile. Edición no. 33 Diciembre 2009. De esta manera, es posible clasificar la actividad agrícola en distintas categorías según la intensidad de uso marginal, en la producción de bienes, cuyos precios dependen principalmente del dólar.

⁵⁵ MinAgricultura. Boletín de Comercio Exterior Agropecuario y Agroindustrial 2013. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Republica de Colombia. Marzo 2014. Esta disminución se anuda al comportamiento de los precios a nivel internacional y al bance de la devaluación del peso colombiano de un 6%. Que sirve de soporte, a la competitividad de los productos colombianos.

⁵⁶ Vergara W; Ríos A; Trapido P. "Agricultura y clima Futuro en América Latina y el Caribe: Impactos Sistémicos y Posibles Respuestas" Public. BID. Edición: Banco Interamericano de Desarrollo. (2014) Pág. 2- 10.

Se concibe que los países más apegados a la implementación de este nuevo modelo agroexportador dentro de la región, son los países de América del Sur, los cuales emergen con mayor fuerza en el mercado internacional a través de la oferta de productos agrícolas no tradicionales; entre ciertos casos que vislumbran dentro de la sub región Centroamericana. Ecuador ha hecho un uso más racional de los recursos naturales y humanos, ha implementado la formación del capital humano conjuntamente con el desarrollo de la productividad y la participación de los trabajadores en la conducción de las empresas agroalimentarias⁵⁷.

2. Desarrollo No Tradicional Agrícola y Agroindustrial de Exportación

2.1. Frontera Agrícola

En la búsqueda de desarrollo agrícola, principalmente dentro de los países de bajos ingresos (como Nicaragua), la frontera, se ha expandido a lo largo del tiempo. El grado de expansión presentado en la frontera, se ha considerado inevitable, frente a la imperante necesidad de los sectores agrícolas, por reducir sus niveles de pobreza. En adición a esto, se denota la presencia de extensas áreas en detrimento, que han sido azotadas por factores de carácter climatológico⁵⁸.

El avance de la frontera agrícola, ha ejercido presiones a causa de los cambios demográficos, los ingresos crecientes y sus patrones asociados al consumo; en tanto que, el cambio climático, la pobreza persistente y las políticas e instituciones inadecuadas, se adhieren a la necesidad de producir más con menos frente a una segmentación geográfica en deterioro. El incremento del consumo relacionado al ensanchamiento poblacional, ha jugado un papel significativo en el giro económico mundial y nacional de los alimentos; conllevando a una diversificación sectorial de los cultivos⁵⁹. Así pues, cabe mencionar, que la pertenencia del factor tierra, ha sido desertada por la disparidad en los temporales de lluvia, donde se han visto comprometidos los distintos ciclos productivos.

⁵⁷ Chiriboga M; Chehab C; Salgado V. Alianzas Público Privadas Para el Desarrollo de los Agro negocios. Organización de las Naciones Unidas Para la Alimentación y la Agricultura Pág. 3-10. Roma 2013. Fomentando de esta manera la productividad total de los factores.

⁵⁸ Factores Climatológicos: El Fenómeno de la Niña y el Niño. Disminuyendo los rendimientos de ciertos cultivos importante para la preservación de la seguridad alimentaria del país.

⁵⁹ CEI. Potenciales de Cada Sector Económico/Agroindustria (2007). Ver también: IV CENAGRO 2011. Nicaragua presento al 2010, un total de 3.8 millones de manzanas de gran fertilidad. Aproximadamente el país ha constado de un 27% de áreas no labradas y un 33% del territorio nacional dedicado a zonas boscosas con abundante vegetación y fauna. Además de un 94% de superficie en cultivos permanentes y semi permanentes.

En términos de <<progreso absoluto>>⁶⁰, en el uso eficiente de los suelos y el abastecimiento de alimentos; Nicaragua se consolidó al 2012, dentro de los primeros 15 países con un descenso del 50%, sobre el riesgo de padecer hambre entre los sectores menos favorecidos, vislumbrando así, una menor desigualdad dentro del sector agrícola⁶¹. La diversificación de los cultivos, se ha manifestado a través de una mejora en áreas de producción de rubros no tradicionales, presentada principalmente por el rendimiento de sus cultivos, tales como: plátanos, piñas, papas, bananos, yucas y cítricos.

Tabla no. 2.1. Rendimiento Hg/Ha. Principales Productos de Exportación No Tradicional

	2009	2010	2011	2012	2013
Plátanos	655,345.00	471,996.00	511548	538462	544,337.75
Fruta Cítrica	45,113.00	40714	44,099.00	46332	44064.5
Bananos	124,203.00	89466	96,951.00	97059	101,919.75
Papas (Patatas)	134,615.00	134615	133,333.00	133333	170852
Piñas	152,778.00	133611	144788	150000	145,294.25
Yuca (Mandiocas)	87,123.00	88492	92,140.00	91765	91765

Fuente: FAOSTAT

No obstante, en el rendimiento promedio del plátano se observa una caída del 17% al 2013, juntamente de la piña, con una menor proporción, un -3% entre su último ciclo (2012/13). Según el IICA, la oferta doméstica de frutas cítricas en su valor per cápita, se ha deteriorado un 17% en la adquisición de estos frutos para consumo interno; siendo que para el 2009 existía una oferta de cultivos frutícolas del 32% y 26% al 2013.

Las hortalizas, con un mínimo de participación en el consumo de las familias, han remarcado su autoconsumo con una disminución del 29% en la adquisición de éstos. Donde se vislumbra, un alto costo social y económico del mercado interno, a lo largo del periodo en estudio⁶². El uso de la tierra se ha hecho significativo a la oferta de productos, frente a un patrón de consumo interno más diversificado.

⁶⁰ Progreso basado en una agricultura de subsistencia.

⁶¹ IFPRI. Índice Global de Hambre 2012. International Food Policy Research Institute (2012). Consecutivamente, países como: Angola, Bangladesh, Etiopía, Malawi, Níger y Viet Nam.

⁶² CAESPA. Indicadores de Seguridad Alimentaria 2001-2012/ Datos de Naciones Unidas (COMTRADE) FAO (FAOSTAT) y Banco Mundial (WDI). Nicaragua (2014). Ver capítulo 4 de este estudio: Evolución Histórica de los Precios. Se podría aseverar, que parte de esta distorsión u escases de en términos del poder adquisitivo, se adhiere al grado de apreciación (5% anual) de la moneda y la inserción de éstos productos a la dinámica exportadora de los últimos años y no directamente a la producción.

Por su parte, en el último quinquenio, las áreas dedicadas a la producción de cultivos no tradicionales, presentan un balance justo entre el abastecimiento del mercado interno y la producción dedicada a la exportación. Sin embargo, la expansión de su frontera agrícola, se torna desertada en el mediano plazo, para cultivos tales como: El Jengibre y el Ajo; acentuando una dinámica comercial deficitaria e importadora.

El área sembrada de los cultivos no tradicionales para exportación, se ha concentrado particularmente en los productos ya mencionados en tabla no.1. De las superficies cultivadas, el cultivo de plátano a lo largo de los ciclos, dedica un 6% más por encima del rango máximo, principalmente en las zonas de Chinandega y Rivas, donde a su vez, se ha creado un eslabón productivo hacia áreas de cultivo en el departamento de León⁶³. Particularmente los cítricos, revelan una ligera disminución (-3%) en la utilización de áreas cultivadas principalmente dentro de la zona sur del pacífico de Nicaragua, donde se concentra la mayor producción de estos rubros.

El cultivo del banano, el cual se muestra con una larga trayectoria comercial, figura dentro del periodo con un incremento del 6% en el aprovechamiento de áreas dedicadas al cultivo. Este rubro, se ha destacado por la fertilidad de las tierras del departamento de Chinandega, municipios de Tonalá, La Villa y Posoltega⁶⁴. Ubicándose dentro de la región Nor central, finalizando con el rubro de la papa, que perfila con un porcentaje promedio de -34% dentro de su último ciclo (2012/13)⁶⁵.

El porcentaje de las tierras cultivables, son consideradas como las expuestas a las temporadas de siembra y cosecha; así como las tierras cultivadas como huertos comerciales o domésticos, áreas de pasto y tierras temporalmente en barbecho. Adicionando este concepto, al de frontera agrícola, el Banco Mundial afirma que al 2012, el país alcanzaba un área del 12% de tierras cultivables,⁶⁶ mismo porcentaje que representaba la zona boscosa al 2009, la cual era sometida a presión debido a la limitada capacidad de los sistemas agrarios para sostener la demanda creciente de la población⁶⁷.

⁶³ Sola M. Estructura Productiva de Nicaragua. Pág. 123-25. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales/Universidad Centroamericana. Managua; Septiembre 2007.

⁶⁴ CRM. Conglomerado Agrícola/Plátano. Cuenta Reto del Milenio. Julio de 2011

⁶⁵ FAOSTAT. Producción/ Superficie Cultivada (Ha). 2009-2012.

⁶⁶ BM. Tierras Cultivables (% del área de tierra) 2010-2012 Banco Mundial. En adición a esto, estadísticas de FAOSTAT dispone de la existencia de la reducción de áreas dedicadas al barbecho en un 20% al 2012. Una disminución proporcional de tierras en descanso.

⁶⁷ CEI. Pymerural, Sondeo de 16 productos. Centro de Exportaciones e Importaciones. Pág. 52. Managua, Diciembre 2009.

Las superficies de siembra, de productos agrícolas no tradicionales de exportación, constan de un 40.5% de hectáreas cosechadas para los rubros más destacables en la comercialización al 2013. Particularmente, se adhiere a la cebolla, como rubro agroexportable que concentra un mínimo de la superficie de tierras fértiles (3%), principalmente dentro del Valle de Sébaco, del departamento de Matagalpa. Entre 2009 y 2013 la variación, en el uso del suelo por parte de los no tradicionales agroexportables, se muestra con una ligera reducción de la frontera del 0.8%, en comparación al ciclo de iniciación (2009) que fue del 44.7%.

Nicaragua ha obtenido, cuantiosos volúmenes, al dedicar esta porción de tierras a la producción y/u desarrollo de estos rubros. Los cultivos de cítricos, encabezan en la lista de productos, con una producción de 92,903.25 toneladas al 2013, un 3% superior a la producción de 2009. Ubicándose en un segundo lugar, la yuca que presenta una producción de 78 mil toneladas a su último periodo, sin embargo, siendo un 23% inferior al ciclo de precedencia. Los bananos toman un tercer lugar con una obtención de 65 mil toneladas en 2013, marcando una diferencia de un 13% en relación al 2009. De esta manera, la producción agrícola no tradicional, se ha desarrollado en una segmentación geográfica de 46,979 hectáreas al 2013, un 17% inferior al 2009.

Adicionalmente, ésta ha conciliado una dinámica exportadora que guarda estrecha relación los ejes de acción, presentados a través del Plan Nacional de Desarrollo Humano (PNDH); se contempla bajo este marco regulatorio, que el crecimiento de la actividad productiva y de la población, han socavado la estructura medio ambiental y alimentaria del país⁶⁸. Adicionando, que las tendencias precedentes de la Frontera Agrícola muestran de que al 2050 se extenderá por completo las zonas agro productivas, hacia la Costa Caribe del atlántico norte del país.

Productos correspondientes a las siembras de la región Nor Central (Yuca, Quequisque, Malanga, Papas) perfilan con una acentuada migración de las tierras dedicadas a la producción de dichos rubros. Realzando así los municipios de: Puerto Cabezas, Waspán y Bonanza, que abarcaban un área total de 2,974 m² dedicadas al cultivo de Malanga, y un promedio de 4, 390.8 m² al cultivo de Quequisque⁶⁹. Por su parte el 2013 reporta unas 1,776 m² para el rubro de malanga y unas 9,563 m² dedicadas al rubro de yuca dentro de la región.

⁶⁸ MAGFOR. Plan Nacional de Desarrollo Humano Actualizado 2009-2011. Resumen Técnico. Septiembre 2009. Es decir, esto conlleva al determinante de que las exportaciones transables en los últimos años, se han caracterizado por un valor nominal y no en términos de volumen.

⁶⁹ FUNICA. Estudio de Oportunidades Económicas Actuales. Fundación para el Desarrollo Tecnológico Agropecuario y Forestal de Nicaragua. Agosto de 2009. Ver también: MAGFOR. Avanza siembra de raíces y tubérculos. 2013. El cultivo de Quequisque se presenta con un área dispersa para este periodo de 17,332 m² en los sectores de RAAS, RAAN y Rio San Juan.

2.2. Productividad e Infraestructura Comercial

a. Productividad Comercial

Las tendencias de producción agrícola, dirigidas por el incremento en la demanda de productos con un alto valor nutricional (con ello los No Tradicionales); han desligado una oferta fundamental, que ha tenido la aceptación de pequeños y medianos productores, los cuales han buscado establecer una oferta sugestiva, que se adhiera a los gustos y preferencias de la demanda, en mercados locales e internacionales. No obstante, cabe mencionar que estos últimos, se muestran con un ligero desarrollo, dadas las condiciones agro climáticas y económicas ausentes, que han rezagado los ciclos productivos de estos cultivos⁷⁰.

No obstante, el avance de cadenas de valor, han estimulado una dinámica asociativa entre los productores Hortícolas y frutícolas; su principal fuente de distribución u comercialización se establece en una lista de 15 productos, los cuales se han presentado con un gran potencial de desarrollo y crecimiento a lo largo del tiempo, involucrando productos tales como: Plátanos, Frutas Cítricas, Melón, Bananos, Sandias, Yucas, Papas, Quequisque, Cebollas, Chiles Tabasco, Jengibre, Ajos, Pitahayas, Cocos, Ajonjolí y Piñas. La categoría abarca: Frutas, Hortalizas, Tubérculos y Raíces, en el despliegue de la cadena de valor.

Esquema no. 2.1. Cadena de Valor No Tradicional⁷¹



Fuente: FAO. Elaboración Propia.

- Producción

Durante los últimos cuatro ciclos la producción ha devengado un proceso productivo oneroso, basado en elementos alternativos, necesarios para llevar a cabo la elaboración de la oferta de bienes en los distintos mercados. Entre estos últimos destacan: la comercialización de insumos, que resultan no significativos dentro de este sub sector, puesto que emergen con técnicas convencionales por parte de los productores.

⁷⁰ Los costos de producción, Baja inversión radicada en este subsector (poca cultura empresarial de los productores), Bajos niveles tecnológicos, (sistemas de riego) y Mano de Obra (carentes), se adhieren al rezago de esta actividad. Empero, se toma en cuenta que el criterio formal que rige a los productos no tradicionales, está determinado por la flexibilidad de su proceso productivo dejando rendimientos sustanciosos para la generación de divisas.

⁷¹ FAO. Análisis de la Cadena de Valor de Hortalizas con Énfasis en Seguridad Alimentaria y Nutricional. Febrero 2012

Siendo secundado por el financiamiento, ésta es una variable que se encuentra en dependencia de las características propias de los rubros (resistencia a la sequía) y la ejecución de políticas que se adhieren al contexto poblacional (productores vulnerables, principalmente mujeres que se dedican a producir hortalizas en huertos familiares). La existencia de cadenas de valor ha dado a pequeños productores agrícolas no tradicionales las pautas necesarias, para que se inicien a producir en función del mercado y comercializar sus excedentes de producción en canales informales; a esto, cabe agregar, la poca o casi nula agregación de valor que se observa relacionado a la escasez de recursos.

- Acopio e Intermediación

El eslabón de acopio, se ha establecido de manera cercana a los productores, actuando como cooperativas impulsadas en pro del desarrollo rural. De manera tal, que la diversificación del sector agrícola, se ha visualizado conveniente para elevar la productividad de estos rubros; sin embargo, la corriente comercial que éstos persiguen, se ha tornado un tanto informal, dada la pequeñez del mercado no tradicional. Frenando la capacidad, de un análisis dinámico u estático a través de los ciclos.

Los centros de acopio se ven caracterizados principalmente por los compradores locales (intermediarios) que venden a mercados de mayoreo. Los productos se han hecho acompañar de una rápida comercialización, frente a la ausencia de condiciones para su almacenamiento (infraestructura), lo que a su vez a conllevando a altas pérdidas. La cadena de intermediación ha dedicado su mercado, a los puestos de venta más cercanos y/u populares, al mismo tiempo que a vendedores ambulantes. Consolidando así un sistema de acopio informal.

- Comercialización

La comercialización de productos no tradicionales se ha pronunciado con un mercado de tipo spot (informales principalmente), explicado así como un factor endógeno frente a la falta de organización entre productores e intermediarios que han provocado un rezago de éste subsector. Sin embargo, vislumbrando como un mercado emergente, los productos no tradicionales se cotizan con un alto valor nutricional, lo cual ha permitido sugerir la oferta en mercados que exigen magnos estándares de calidad⁷². El crecimiento de su potencial se ha encontrado adherido a las exportaciones e importaciones que apuntalan fundamentalmente a la fruta exótica y tropical (cítrico) dentro del mediano plazo.

⁷²CEI. Análisis de Cadena de Valor. Pp 4- 14. Inicialmente el mercado regional se enmarca como el hilo conductor de estos productos, juntamente del mercado de Estados Unidos y Europa a los cuales ha sido sugestiva la oferta productos frescos y congelados. Ver Organigrama de Cadena de valor: Frutas Exóticas y Tropicales

De manera general, la productividad del sector se ha visto ciertamente opacada, frente a las exportaciones tradicionales que juegan un rol significativo para la generación de ingresos del país; sin embargo, el grado de sugestión comercial de éstos, ha admitido un previo desarrollo en la infraestructura local, de los pequeños productores y comunidades cercanas, permitido además una fácil comercialización y/u consumo, transportando y generando cuantiosas utilidades para los distintos actores que intervienen en el proceso de mercadeo⁷³.

b. Infraestructura Comercial

Los productos agrícolas no tradicionales, presentan características particulares de acuerdo al posicionamiento de su mercado en los últimos años. Sin embargo, la fragilidad de los medios de producción y áreas dispersas de cultivo, asumen someramente la presencia y/u ausencia del crecimiento competitivo de los rubros. Esto, ha comprometido la seguridad alimentaria de zonas desertadas por el medio; donde la infraestructura, se ha situado con un papel significativo, como un impulsor en el abastecimiento de este tipo de cultivo al mercado de destino.

Esencialmente el desarrollo de la infraestructura, consta de una agricultura de subsistencia, lo que a su vez ha permitido el estancamiento de los recursos (energía, transporte, agua), encontrándose ligado a un desarrollo obsoleto; que ha hecho retardar el proceso productivo de los no tradicionales, acaparando el comercio justo, únicamente entre los grandes conglomerados⁷⁴. De tal forma que el mercado agrícola no tradicional y su infraestructura se sitúa monopolizadas a gran escala y de un ligero crecimiento en función de las unidades individuales. A esto, cabe agregar el tratamiento de los recursos en el mediano plazo:

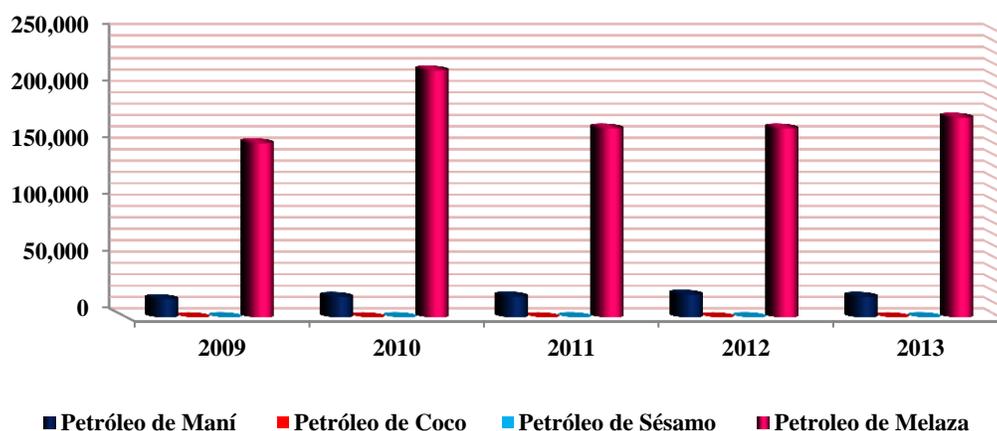
- Energía

El balance de la matriz energética atribuida a este subsector, ha sido de difícil consolidación, dado que los recursos energéticos con los que se cuentan, han estado alejados de la segmentación geográfica en que se han desarrollado los cultivos; haciendo más costosa la generación y/u distribución hacia estas zonas. Esta particularidad, ha abierto fuentes alternativas (energía eólica, hídrica y solar) vinculadas a la inversión residente en el sector. Sin embargo, éstos se han manifestados principalmente por la comercialización de los productos, para la generación de biocombustibles, disintiendo de la infraestructura energética.

⁷³ Olivas J. Entrevista: 6 de Julio 2012. Comunidad Casa Blanca Juntos. Entrevistador: Hernández G. Transcriptor: Cerda N. Innovaciones para producir hortalizas de verdad. Diario La Prensa. Categoría: Activos. Los intermediarios se definen como acopiadores de los productos para realizar el proceso de re comercialización.

⁷⁴ IDEAL. La Infraestructura en el Desarrollo Integral de América Latina. CAF/Banco de Desarrollo de América Latina. 2013.

Gráfico no. 2.1. Producción del Comercio No Tradicional Energético TM



Fuente: Elaboración propia. FAOSTAT

Cabe agregar, que la generación energética, dentro de los procesos productivos de estos cultivos, retoma suma importancia en el mediano plazo, dado que se adhiere a proyectos como el Fondo ALBA Alimentos, con la finalidad de contribuir a la generación e intercambio de productos y trasegar el uso de los cultivos, como materia prima para la elaboración de combustible⁷⁵. Entre los productos diferenciados para el uso u generación de energía se encuentran: La caña de azúcar y el Maní (contribuyentes tradicionales), Coco y Ajonjolí⁷⁶.

Este análisis, parte del supuesto de que las fuentes de energía del subsector, han sido dirigidas por la comercialización de los cultivos, para generación de energía e ingresos; contrastando de esta manera, con el desarrollo de la infraestructura energética del mismo. Donde la producción tradicional, vislumbra alrededor de los últimos cuatro ciclos, dedicando así un 175% de la producción promedio de melaza y un 18% de maní respectivamente.

Por su parte, los no tradicionales, muestran al 2013 un incremento del 8% del cultivo de Coco para comercialización y un 13% del Ajonjolí (variando en su término de tradicional y no tradicional). Su clara tendencia a comercialización a lo largo del periodo, ha profundizado deficiencias para estos dos rubros en materia energética. Encarrilando a productores en la política de subvención por parte del gobierno.

⁷⁵ SELA. Acuerdo de Cooperación Energética PETROCARIBE. Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe. Caracas, Venezuela, Julio de 2013.

⁷⁶ CEI. SM de 16 Productos. Diciembre 2009/ FAOSTAT Cultivos Procesados. 2009-2012

- Transporte

El sistema de transporte con que han contado los cultivos no tradicionales, ha sido básicamente carente de carreteras pavimentadas y/u vías de paso, de acuerdo al tipo de cultivo y área geográfica de ubicación. Esto, ha permitido establecer, ventajas comparativas entre los productos, siendo esto sustancial para el desarrollo comercial, que es presentado para éstos, tal como: el comercio departamental, nacional e internacional. En adición a esto, se concibe que los mercados de localidades cercanas, hayan sido más beneficiados por las bondades de los productos. Dado que el rezago estructural, mostrado ante la falta de organización, permite realizar conjeturas sobre la transportación comercial a mayor escala, durante los últimos años.

No obstante, el desarrollo de cadenas agroalimentarias (walmart) ha creado canales de movilización (camiones equipados de congeladores), que a su vez han provisto a los principales centros de distribución, principalmente los supermercados alrededor del territorio nacional. También, cabe señalar que los pequeños y medianos productores incipientes en el mercadeo de estos productos, se han dedicado a la distribución o traslado a los mercados locales de fácil acceso, esto sí, cuando los productos han sido trasladados de la finca productora hacia la localidad más cercana, donde la principal fuente de transporte son camionetas de común circulación, cargadas por sacos y/u cajillas plásticas para su fácil abastecimiento.

Productos como la Yuca, Quequisque y Piña vislumbra a lo largo del periodo, como cultivos de difícil transportación, dado que su transporte a caballo y/u carreta (característica entre las fuentes de transporte) ha producido pérdidas en la calidad e inocuidad de los cultivos, siendo además carentes de procesamiento⁷⁷. La comercialización directa de éstos, por parte de los pequeños productores es la más frecuente, debido a factores que limitan el traslado del producto a mercados de destino. Por su parte, la transportación, que es dedicada a la exportación de los productos, ha sido limitada; así por ejemplo, las frutas cítricas y hortalizas frescas destinadas al mercado Europeo, han contado con la presencia de vías eficientes (eslabones de procesamiento) que realizan la recolección de los cultivos de los pequeños productores.⁷⁸

⁷⁷ Notiexport. Cooperativas de la RAAS analizando el potencial exportador del Palmito. Edición 211. Centro de Exportaciones e Inversiones. Del 16 al 30 de Septiembre 2014.

⁷⁸ CEI. FETN. Análisis Cadena de Valor. Pág. 38-39. (2010)

- Agua

Esta variable se ha adherido a los programas de cooperación externa que han permitido un mejor desarrollo y financiamiento para pequeños productores, apegados a la producción de este tipo de cultivos. A ello se suma la reestructuración e implementación de técnicas de producción, para la época seca, que anteceden al uso de sistemas de riego adecuado a las condiciones de las parcelas de tierra y/u a los distintos rubros.

Dentro de los recursos provistos de la cooperación externa para generar u apoyar el desarrollo de infraestructura hídrica se encuentran: Bombas Hidráulicas y Manuales, utilizadas para extracción de agua en fuentes subterráneas y estanques, las cuales han suministrado el desarrollo de las técnicas de riego, al mismo tiempo de proveer, el crecimiento de áreas pequeñas y dispersas⁷⁹. Se debe tener en cuenta que este tipo de proyectos ha buscado la adaptación de la agricultura ante las variaciones de clima subyugando a otras variables como: la pobreza y la seguridad alimentaria.

De manera tal, que la participación del recurso hídrico, en el avance comercial de los productos ha facilitado las prácticas fitosanitarias, elevando así los estándares de calidad para ciertos cultivos. A manera de conclusión, se han presentado e implementado sistemas de riego: donde los cultivos se manejan con cintas de riego de polietileno y con goteros de dos litros para hortalizas anuales, y micro aspersores de cuarenta y dos litros para cultivos de Guayaba (cítrico) y Plátano. Esta implementación cuenta con la característica particular de cultivos en centros donde se utiliza gran parte de mecanismos semi industrializados para exportación, es decir, principalmente dentro de la región pacífica y centro del país⁸⁰.

2.3. Diversificación del Financiamiento

El sector agrícola no tradicional, se ha caracterizado por un frágil y reducido tamaño del financiamiento; vislumbrando en ello, el riesgo por factores climatológicos y de infraestructura. Que es traducido: en variaciones por parte de los rendimientos de la producción, limitado acceso al crédito y un ligero desarrollo de este subsector. No obstante, la flexibilidad con que cuentan los cultivos para ser transformados, ha impulsado mecanismos, de financiamiento favorables entre el sector público y privado, presentándose a éste, como uno de los ejes principales de la diversificación agrícola y la paleta agroexportadora.

⁷⁹ JICA. 20 Años de Cooperación en Nicaragua/Memoria. Pág. 18 y 19. Agencia de Cooperación Internacional del Japón Oficina de Nicaragua. (2009). Esto ha sido uno de los programas iniciados para el desarrollo competitivo de los productos conocido como Tawan Ignika, el cual se ejecutado a partir de febrero 2008 y fue proyectado a febrero 2012, dentro de la región del atlántico norte (puerto cabezas), coincidiendo además, con el avance de la frontera agrícola.

⁸⁰ UNAN-León. “Centro Nacional de Referencia en Agroplasticultura”. (2005-2013)

Paralelamente, el Banco Produzcamos se define como ente público, que ha otorgado financiamiento de corto plazo a pequeños y medianos productores. El sector privado, por su parte se consolida como el Fondo de Crédito Rural, que actúa en forma de cooperativa de apoyo a la promoción y diversificación del sector agrícola. Sin embargo, cabe agregar que éste último, ha tenido una participación poco significativa en las funciones crediticias del sector.

Asimismo, el principal proveedor del crédito agrícola no tradicional, se ha ubicado el sector público, quien ha favorecido a pequeños y medianos productores (de 1 a 5 mz de prácticas agrícolas) con tasas de interés especial para el despegue de su producción; esto a su vez, ha contribuido a la instalación y renovación de sistema de riego de los cultivos, armonizando una dinámica efectiva entre la creación de nueva infraestructura y el fortalecimiento del crédito directo para la diversificación productiva⁸¹. Siendo éste (financiamiento), ocupado como un generador indirecto de divisas a través de la consolidación de los productos en el mercado internacional.

Entre los ciclos de mayor producción como fueron 2010-11 y 2011-12 (percibidos como el despegue de la producción y exportación), los productos agrícolas que perfilan con un mayor financiamiento son de carácter tradicional, tales como: el maní, el café, el arroz, la caña y el sorgo, percibiendo un incremento del 91.7% en el corto plazo.⁸² En tanto que el financiamiento de la Soya y el Tabaco reflejan un crecimiento de corto plazo de un 83 y 37% respectivamente. Relativamente la concentración del crédito se ha redirigido al cultivo de la caña de azúcar con un incremento del 97% y 73% en manzanas cultivadas.

Además, el corto y largo plazo congrega un incremento del 29 y 89%, disponiendo un crédito total de 3, 236,610 C\$ para la producción agrícola tradicional exportable⁸³. En cuanto al financiamiento de los No Tradicionales exportables, se refleja un escaso incremento del crédito, que alcanza un 4% a través de los ciclos. Destacan en su flujo financiero, únicamente productos como el Banano y el Plátano; que a diferencia de los productos agrícolas tradicionales, se observa una disminución de un 8% en la consecución del crédito y 15% en manzanas cultivadas de plátano.

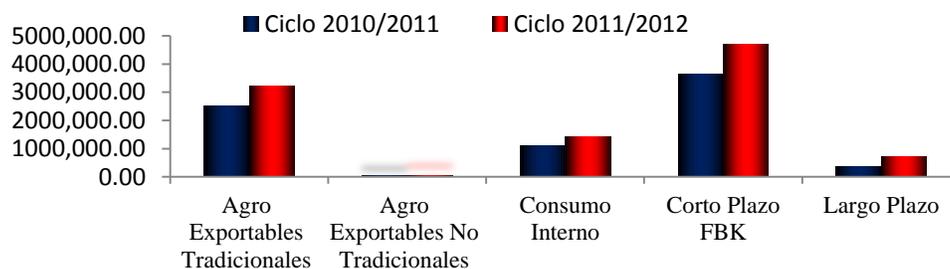
⁸¹ GRUN. Banco Produzcamos contribuye al desarrollo económico y social del país apoyando a los pequeños productores. Public. Revista Correo Tortilla con Sal. Edición no. 71. 17 de Julio del 2012

⁸² MAGFOR. Informe de Producción Agropecuaria Acumulado a Agosto de 2011. Managua, Nicaragua Agosto 2011.

⁸³ MAGFOR. Financiamiento Agrícola: Ciclo Agrícola 2011/12. El crédito de corto plazo, vislumbra con el propósito de Formación Bruta de Capital (FBK), alcanzando mayores flujos crediticios para su despegue, tanto para los productos agrícolas tradicionales como no tradicionales.

El banano por su parte, sufrió una significativa caída de 24 puntos porcentuales en financiamiento, donde no se registran datos de financiamiento por manzanas. Los productos a nivel de consumo interno presentan un incremento del 29%, luego de pasar de 1.091 mil córdobas en ciclo agrícola 2010-11 a 1.409 miles de córdobas para el ciclo 2011-12. Así pues, la cartera de crédito del sector agrícola no tradicional recibió un total de 45,655.60 C\$ al 2012.

Gráfica no. 2.2. Financiamiento Agrícola



Fuente: Elaboración Propia. MAGFOR

A pesar del incremento observado en la agro exportación no tradicional, su nivel es bajo en comparación al financiamiento crediticio dedicado a la agro exportación tradicional y la producción de consumo interno. Esto antepone la poca credibilidad que tienen los cultivos ante la banca; donde se han visto favorecidos principalmente por el crédito de maquinarias y equipo agrícola en el corto plazo. Asumiendo que el resto de créditos, han sido administrado para habilitar la producción tradicional,⁸⁴ el diseño de financiamiento agrícola no tradicional, se ha virado en pos de los programas y/u proyectos de expansión y fortalecimiento de rubros que presentan características sustanciales y potenciales para la generación de divisas.

Es necesario señalar, que el impulso por la comercialización de estos productos, ha actuado de forma adversa al crédito de ciertos cultivos; de tal modo que en el 2010 la demanda de créditos para producción de cebolla se contrajo, adicionando una restructuración de cuentas, ante la falta de pago del sector cebollero⁸⁵. La particularidad de este sector, antecede a la tendencia de cooperativismo que ha sido presentada en pequeños productores, respaldados por programas para la comercialización de ciertos rubros en los últimos años.

⁸⁴ BANPRO. Productos y Servicios/Crédito Agropecuario.

⁸⁵ Mendoza F. Cebolleros a punto de perder su producción. Periódico: El Nuevo Diario Edición: Departamentos. 7 de Enero 2010.

Finalmente, la banca comercial carece de sugestión por parte de los productos, dado que la capacidad de labranza de cultivos como: hortalizas y frutas cítricas, cuenta con la representación de actores vulnerables, como lo han sido las gestoras de huertos familiares. Así pues, dentro de las limitantes del crédito observadas en el mediano plazo, se encuentran: registro de propiedad, predominio de género, limitadas áreas de cultivo, tipos de cultivo (resistentes a sequía) y técnicas convencionales, las cuales han guardado estrecha relación con los tipos de garantías u funciones alternativas (créditos grupales) que se requieren frente a la demanda del crédito.

2.4. Inversión Extranjera y la Ventana Comercial

La inversión extranjera presentada en el último quinquenio, se ha encontrado estimulada por la ventana comercial; dado que ésta ha sido utilizada como una estrategia de mercado para sugerir productos potenciales como lo son los no tradicionales. En los últimos años, Nicaragua ha diversificado su oferta agroexportable, convirtiéndola en un motor dinámico para el crecimiento económico del país⁸⁶. La participación de las exportaciones agrícolas no tradicionales en el mercado internacional, ha establecido ventajas competitivas y/u comparativas tanto a nivel nacional como regional, dado que estas han sido respaldadas por áreas aptas, para casi todo tipo de cultivo hortícola y tropical.

Fundamentalmente, la inversión se ha visto atraída por la particularidad de nuestra base agrícola, que nos hace acreedores de materias primas, esenciales en el despliegue de los procesos productivos. De modo que la conducta procesable de los cultivos no tradicionales, ha acrecentado el grado de inversión de distintos ciclos, principalmente dentro de la industria de alimentos, donde se vislumbran procesos que incluyen: conservas, frituras, cocciones (mermeladas) y biocombustibles; que han capturado significativamente distintos flujos de inversión en: infraestructura, producción y comercialización u exportación.

Asimismo, dentro de las ventajas comparativas, que han sido contempladas frente a la inversión en los productos (especie y procesados), se hallan, las de actores sustitutivos de nutrientes en la dieta alimenticia, que los han hecho de un fácil intercambio u acceso a mercados globales. El incremento de la demanda, por parte de éste perfil característico, ha conllevado al desarrollo de condiciones necesarias, para la adecuada implementación de flujos de inversión, fomentando un clima favorable, que ha ido desde: apoyo al inversionista, mano de obra barata, protección de la propiedad, hasta exenciones tributarias.

⁸⁶ PRO Nicaragua. Procesamiento de Alimentos; Perfil del Sector. 2009-2013. El desempeño de los rubros está de acuerdo al grado de homogenización presentado a través de la ventana, por parte de asociaciones de productores y ferias anuales.

Tomando en cuenta cada una de las particularidades de la inversión, dedicada a la exportación de productos agrícolas no tradicionales, es necesario mencionar que éstos se han tornado de difícil acceso, dadas las fisuras estructurales que han debilitado su crecimiento en los últimos cinco años, entre ellas: la productividad, la poca o casi nula participación institucional de los rubros en el balance nacional, canales de comercialización informal, reducida infraestructura e inconsistencia financiera.

Por su parte, Nicaragua ha experimentado un grado importante de apertura comercial, que adicionado acceso preferencial a productos agrícolas e industriales en mercados potenciales como Estados Unidos, Unión Europea y Asia; donde se han incluido: frutas, y hortalizas, al mismo tiempo de sus derivados como las frutas en conserva y hortaliza en conserva, según valores exportados⁸⁷. La inversión en tecnología data de la colocación de pocos recursos y de las prevenciones tomadas por pequeños productores, que han buscado preferentemente, técnicas convencionales en la elaboración de los productos. Razón por la cual se han obtenido bajos rendimientos, resultando una inversión limitada en los últimos años.

Los registros de inversión del sector agrícola, que vislumbran a manera general, carecen de información. Según los registros de FAOSTAT con año base 2005 y último año de actualización 2007, muestra el rezago de la capacidad de inversión en el sector agrícola, donde el desarrollo de la tierra (tenencia), se muestra con un 25% de la inversión y 10% en la plantación de cultivos, en tanto que la inversión en maquinaria y equipos alcanza un 0,8%⁸⁸. Floreciendo nuevamente en 2011, con un 2.8%. Así, cabe reseñar que la diversificación de los productos agrícolas por parte de la inversión, ha sido ciertamente beneficiosa, ante la fluctuación de los precios.

- Fruticultura

Dentro de la Fruticultura existe una variedad de cultivos que se han visto beneficiados por los niveles presentados por ésta, ya sea pública o privada y en un endeble caso, proveniente de inversión nacional, que ha persistido en medio de la inversión extranjera localizada en los últimos años. En lo que respecta a la inversión extranjera, Costa Rica ha hecho presencia en el desarrollo de inversiones, tales como: la empresa TicoFrut, la cual se estableció como firma procesadora en el 2010, con la compra de tierras y cultivo de naranjas en la zona pacifico sur, de San Carlos, Nicaragua.

⁸⁷ CEI. CDVA. Frutas Exóticas/ Ver Flujos porcentuales de exportaciones agrícolas no tradicionales del capítulo 1 del presente estudio. Esto siendo adjudicado al uso de la política comercial. Ver Capítulo 5.

⁸⁸ FAOSTAT. Entradas/Capital Social. Estadísticas, Stock de Capital Neto. 2007. La inversión en maquinaria es implementada únicamente en zonas donde hay escasez de mano de obra y/u zonas de semi industrialización.

Dedicada en un 100% a la exportación, la transformación de éste cultivo, ha tenido una capacidad de derivados de 17 diferentes productos, al mismo tiempo, que se ha virado por el cultivo de piña, consiguiendo hasta seis productos adicionales, previstos hasta 2014. Cabe agregar que la inversión actualmente se encuentra formalizada con un porcentaje significativo de inversión privada Nacional⁸⁹. Así, el impulso de la ventana comercial de estos cultivos, ha incentivado los intereses de inversionistas sobre la generación de divisas.

Sin embargo, la incidencia de costos relativos en los distintos productos exportados, ha sido un factor indirecto del rezago en la fruticultura. Fallada por limitantes, como: el salario de la mano de obra radicada en este subsector (conocida como fuerza de trabajo barata), ésta se ha localizado escasa en temporadas de cosecha, oscilando con un promedio de 1.7 y 2 dólares por jornada al día a lo largo de los ciclos⁹⁰. Tomando en cuenta, que las temporadas de cosechas de rubros como: Caña de Azúcar, Café, Melón, Sandía, Mango y Naranja, se recolectan entre diciembre y abril. Estas se han encontrado comprometidas, con la atracción de mano de obra, del sector Piñero.

Por lo que cabe hacer mención, que el recurso humano empleado en la producción frutícola de los últimos años, se ha visto afectado por la migración de la fuerza laboral, incentivados por la ejecución de programas agropecuarios del vecino país de Costa Rica⁹¹. Briosamente, la inversión pública, ha tornado su atención, basada en la elaboración y fortalecimiento de los sistemas agrícolas. Desarrollando así, las capacidades de pequeños productores a través de una inversión asociativa, que ha dado, un enérgico acceso a servicios técnicos de apoyo a la producción agrícola no tradicional exportable.

En tanto que las fuentes de inversión públicas, son atribuibles a cooperación internacional, una de las características que prevalece en medio de los ciclos, son las fluctuaciones de precios internacionales, por la cual se ha demandado, una mayor inversión interna por parte del sector⁹². No obstante, se han presentado desafíos de la inversión pública, que han hecho nula el establecimiento de ésta, siendo el rezago tecnológico, uno de los principales desafíos que no han sido transferido y/u implementados por los productores, además del incumplimiento en el proceso de captación de recursos por parte de los prestatarios.

⁸⁹ RC. Grupo Pellas y Motta adquieren la TicoFrut. Sección: Dinero. Periódico El Nuevo Diario. 31 de Julio de 2014. El grupo Pellas cuenta con el 60% de las acciones de TicoFrut.

⁹⁰ CEPALSTAT. Salario Mínimo Oficial del Peón Agrícola/Salarios del Sector Agropecuario. 2009-2010. También esto ha sido clave en la atracción de inversionistas, dado que nos hace competitivos. Sin embargo esto ha desmotivando la fuerza laboral del sector, incentivando la migración.

⁹¹ Nación. Costa Rica: Agro prevé lucha por mano de obra para próximas cosechas. 4 de octubre de 2011

⁹² Este tipo de inversión, es dirigido hacia sectores con capacidad de tierras, financiamiento y un mejor acceso al mercado y espíritu emprendedor. Además de tomar en cuenta prioridades como las recogidas en el plan nacional de desarrollo humano (PNDH). Independencia, Seguridad Alimentaria, Combate a la Pobreza.

Usualmente, las tenencias apuntalan a la inversión privada, con flujos productivos dinámicos, donde los y las productoras reinvierten los ingresos generados por los rendimientos de los cultivos. Las exportaciones impulsadas por inversiones de transnacionales como Hortifruti (Walmart) han presentado un mejor desempeño en consideración a la inversión pública. Previendo inocuidad y Certificación, bajo el programa Tierra Fértil⁹³.

- Horticultura

Las fuentes de inversión del sector hortícola, se han dirigido en última instancia por una inversión pública, que se ha desarrollado bajo la cobertura del gobierno central, al mismo tiempo de una gran inversión por parte de pequeños productores, congregada dentro de la región Nor-central, donde se ha implementado el plan de certificación de productos de manera institucional, insertando nueva tecnología en: macro túneles con riego por goteo, optimizando los recursos (agua), contrarrestando plagas y las enfermedades. El desarrollo de la inversión pública, en el acompañamiento del gobierno, ha buscado prever la seguridad alimentaria como un objetivo de política, adicionando el crecimiento de los productos (mejores rendimientos de las hortalizas y tubérculos) como generadores de divisas⁹⁴.

Generalmente los proyectos provistos por las inversiones de la horticultura se hallan con un enfoque de cadenas de valor y/u en alianza con los industrializadores, comercializadores y consumidores⁹⁵. De manera que se ha logrado una convergencia de los sectores público privado en un trabajo conjunto por atraer la inversión extranjera al país. Los valores exportados de hortalizas al 2011 reúnen un 4.36% de alcance por parte de las inversiones insertadas en el subsector. El 2009 presenta 2.84% del total de rubros exportables⁹⁶.

- Generadores de Energía

Los generadores de energía se han cotizado en el mercado nacional, como potenciales por inversionistas provenientes de: España, Taiwán, Corea, Honduras y México, con el objetivo de consolidarse como firmas locales.

⁹³ Walmart. Magfor certifica a proveedor de Hortifruti en buenas prácticas agrícolas. 22.04.2010. Producción de Banano.

⁹⁴ Rivas L. Producción de tomate con calidad e inocuidad en el norte de Nicaragua. Publicación página web: La Lucha Sigue. 26.05.2012. La implementación de este programa, ha contribuido a la generación de empleos en forma directa, donde se ha capacitado a productores en el uso de las nuevas tecnologías. Cabe agregar que la mano de obra localizada en el sector productivo, es considerada por un fácil nivel de aprendizaje. Entes públicos encargados de dirigir programas u proyectos de inversión están: MAGFOR, INTA, DGPSA, IDR, entre otros.

⁹⁵ Barrios O. Productores de yuca interesados en tecnología brasileña. Sección: Dinero. Periódico El Nuevo Diario. 01.06.12

⁹⁶ Fuente de FAOSTAT/ MAGFOR. Productos que vislumbran en el sector: Sandía, Yuca, Papa, Quequisque, Jengibre y Ajo.

Productos como el la caña de azúcar, palma africana, **tempate** y **yuca** han sido considerados por inversionistas. Siendo no consistente en la producción, han sido supuestos como actores rentables en la elaboración de biocombustibles⁹⁷. Se podría aseverar que la salida de los productos no tradicionales en los últimos años, ha sido controversial para el entorno nacional, dado que su comercialización se balancea entre un comercio justo y equitativo y la seguridad alimentaria del país.

Es necesario agregar, que la demanda por parte de los productos en el mercado internacional, ha influenciado sobre el valor nominal, de los productos que perfilan como posibles generadores de energía. Esto ha irrumpido de forma un tanto beneficiosa sobre los términos de intercambio, en el que las propiedades características de los productos, han permitido desarrollar el mercado agrícola no tradicional ofreciendo un clima favorable para el inversionista. Sin embargo, al ser éstos, vistos como productos generadores energía, donde el mercado carece de inversión para agregar un mayor valor a la cesta exportable no tradicional, el desarrollo resulta pesados, más que integral en el mediano plazo. Sin dejar de un lado los efectos del cambio climático.

2.5. Producción Agrícola y Agroindustrial de Exportación

a. Producción Agrícola

La producción de cultivos no tradicionales dedicados a la exportación se ha concentrado principalmente en nueve productos uniformes: Plátanos, Bananos, Chile, Yuca, Sandías, Cebollas, Cocos, Naranjas y Piñas, que a su vez sustituyen importaciones y proveen ingresos por las exportaciones al mercado mundial. Las áreas dedicadas a estos cultivos alcanzaron a 2012 una cantidad de hectáreas 46,470, donde se considera que su producción tuvo los mayores alcances. Una producción que ha venido a contribuir al desarrollo de zonas específicas, dadas sus formas de producción tanto a menor como a mayor escala.

De los productos con mayor potencial en las áreas producidas se observan los cultivos de Frutas cítricas (naranja), seguido del cultivo de yuca y en menor proporción se observa el sector Piñero. Sin embargo, dentro de los productos exportables de mayor contribución al PIB agrícola⁹⁸ nacional en los últimos años, se encuentran los rubros de banano y plátano, puesto que han posicionado con una mejor aceptación en el mercado regional.

⁹⁷ Castillo R. Biocombustibles: Inversionistas esperan señales. Sitio web: Confidencial. (2007)

⁹⁸ CEPALSTAT. Producto Interno Bruto Total y Agropecuario en Dólares. (1980-2010). El PIB agrícola del 2010 tomaba un valor de 933.94 dólares alcanzando un promedio de 947.43 U\$ al 2012. Un 1.4% de crecimiento interanual.

En contraste, las exportaciones del plátano se muestran con un decrecimiento del 42%. La cebolla con una oferta potencial anual de 363 Tm, alcanza mercados como: Costa Rica, Guatemala y El Salvador, abasteciendo también la demanda local. La producción de hortalizas (Malanga, Yuca, Quequisque) como oferta exportable, ha trascendido hacia mercados mucho más exigentes como: Estados Unidos, Puerto Rico, Centroamérica y con una presencia escasa al mercado local⁹⁹.

La inconsistencia de los rendimientos ha acentuado un lastre en la dinámica comercial y productiva; subrayando así, cada una de las limitantes de las cuales ya se ha hecho mención, la productividad de los rubros no tradicionales es baja, si se comparan con productos básicos u tradicionales de exportación como: la caña, el café, el maní, el tabaco o la soya, los cuales obtienen un fácil financiamiento y rendimientos de hasta 107 miles de toneladas bajo la siembra. La producción nacional de yucas prevalece a lo largo de periodo con incrementos en sus rendimientos anuales (1.5 crecimiento promedio interanual), 81 mil toneladas, esto debido a mejora genética y un mejor manejo agronómico. También la cebolla se atribuye como rentable en un 4.2% de crecimiento promedio de la producción.

Los insumos utilizados en el proceso de plantación y cosecha se han consolidado en la producción, han sido parte de subprogramas de desarrollo que ha implementado el gobierno central, en pro de generar mayores rendimientos (con semilla mejorada) ante la volatilidad de los precios y demás riesgos por la crisis nutricional (balance alimentario). Los fertilizantes son uno de los insumos con mayores alzas en su precio, debido a que responden al incremento en el precio de petróleo y la mayor demanda para ellos. Donde pequeños productores se han visto afectados por el encarecimiento y la competencia desleal hacia su gremio¹⁰⁰.

Así por ejemplo, la urea, un componente muy utilizado en la fertilización de los cultivos; ésta permite sustentar de humedad a los suelos, al mismo tiempo que el humus, que es producido por las mismas localidades ha permitido consolidar una producción de calidad, incrementando los ingresos de cadenas agroalimentarias y agentes económicos. La inserción de programas de apoyo y de cooperación externa ha dado un realce a sectores altamente empobrecidos, convirtiéndoles en actores relevantes del sector agrícola en el mediano plazo.

⁹⁹ CEI. Sector Agrícola/Oferente Exportable de Nicaragua. 2013.

¹⁰⁰ MAGFOR. Insumos Básicos para la Producción Agrícola 2009-2010; Propuesta de Ejecución. 17.10.2008

El consumo aunque con una producción significativa, predomina la tendencia por las importaciones y la agricultura no tradicional de subsistencia; el abastecimiento del mercado interno ha sido superfluo. La participación de las importaciones en la oferta doméstica de hortalizas alcanzaba al 2011 un 65% de participación en el consumo interno y un 10% en el consumo de frutas¹⁰¹. El mercado agrícola no tradicional, se traduce en la necesidad de producir para consumo interno, al mismo tiempo de mejorar la distribución de los productos, para consumo nacional.

b. Producción Agroindustrial

Los productos procesados de las hortalizas, frutas y tubérculos en el mercado exportador, no se encuentran definidos para cada uno de los productos en estudio; a excepción del mercado interno. La industria procesadora de Nicaragua, ha tenido un alcance, únicamente de exportaciones a base de procesos tradicionales, es decir, productos frescos y congelados. Mientras en otros países son procesados como productos que van desde aceites hidratantes de uso cosmético hasta colorantes sintéticos para uso textil, como ha sido el caso de la Pitahaya. Sin embargo, el crecimiento logístico experimentado por este último, ha sido significativo en cuanto a marcas autorizadas y/u reconocidas¹⁰².

En la elaboración de productos, dedicados al mercado interno, estos vislumbran con un primer grado de procesamiento, que ha estimulado una dinámica rentable para el comercio local, conduciendo de esta forma a la exportación. La presencia de éstos ha sido muy ligera en el mercado internacional y en ciertos casos provenientes de inversionistas privados. El caso de la piña es una ilustración precisa, la cual se ha industrializado como mermelada y ha tenido un auge comercial revelador, sobre todo dentro del sector repostero y/u panadero¹⁰³.

Entre la lista de productos de oferta exportable con un incipiente mercado se encuentran: Encurtidos (chile y cebolla picada): con un mercado de interés Centroamericano y Frituras (papas, yucas, platanitos) consolidadas dentro del mercado local. En el caso de los melones, las sandías, bananos, cocos, pitahayas, piñas, malangas, Quequisque, Jengibres y Ajos, tienen un nulo procesamiento a su exportación. Asimismo, el plátano fresco y congelado, cuenta con mercados de destino actual como: Honduras y Costa Rica. El producto más comercializado es el almidón de yuca que alcanza una producción anual de 218 toneladas¹⁰⁴.

¹⁰¹ CAESPA. Participación de las importaciones en la oferta doméstica de alimentos. Documento informativo. 2001-2012

¹⁰² Álvarez G. Pitahaya Nicaragüense con aceptación en Europa. Sección: Dinero. Periódico: El Nuevo Diario. 19.01.09. Siendo así la pitahaya reconocida dentro del grupo de frutas frescas exportadas en los últimos años, por lo que particularmente resulta imperceptible.

¹⁰³ CPML. "Manual Tecnológico para el Proceso de Mermelada de Piña". Public. Centro de Exportaciones e Inversiones. Noviembre de 2012

¹⁰⁴ CEI. Agroindustrias/Oferta Exportable de Nicaragua. Publicación: Centro de Exportaciones e Inversiones.

La comercialización de la industria carecen de la disponibilidad u habilidad de mercadeo, sus productos son ofertados con materiales básicos y comunes entre ellos: cajas de cartón estibadas para su ahorro y bolsas de polietileno extruidas con calor para su fácil comercialización y consumo. A su vez las empresas procesadoras se presentan por la pequeñez de su mercado e impulso empresarial próspero, que ha buscado emerger en mercados con altos estándares de calidad durante los últimos cinco años.

Tabla no. 2.2. Oferta Exportable de la Agroindustria

Producto	Oferta Real TM	Oferta Potencial Anual TM	Mercado de Destino
Almidón de Yuca	22.72	218	El Salvador Honduras Guatemala
Encurtidos	100 unidades	Según Demanda	Local
Frituras	300 Bolsas Diarias Según Pedido	182,500 Bolsas de 90 gramos* 127,750 Bolsas de 55 gramos	Local
Salsas con Chile	Por pedido	58.4	Local

Fuente: Elaboración Propia. CEI

También, a lo largo del periodo se han insertado nuevas cadenas agroindustriales que han buscado acentuar su producción, garantizando una mayor vida útil evitando pérdidas tanto materiales como económicas. La participación de los rubros no tradicionales se ve asociada en el procesamiento conjunto de otros sectores y productos así como: el sector lácteo en la fabricación de Yogures y además la fermentación de las frutas para la elaboración de vinos¹⁰⁵.

En la tabla no. 2.2 se observa al rubro de Almidón de Yuca, como un producto de exportación potencial, que ha logrado posicionarse dentro del mercado Centroamericano. Estableciendo un crecimiento entre promedio de las exportaciones en valor del 34%, entre los ciclos 2009 y 2013. La comercialización de dicho rubro hacia Honduras es decreciente en el mediano plazo con un 99% de deterioro comercial. En tanto que Guatemala muestra un crecimiento mayor del 28%¹⁰⁶.

¹⁰⁵ Pyme Rural. Nicaragua: PYMERURAL fortalece y desarrolla capacidades en MIPYME'S de la agroindustria en la elaboración de nuevos productos. Noviembre 2014.

¹⁰⁶ TRADEMAP. Comercio Bilateral/Producto: Total todos los productos. 2009-2013.

La industria del mercado agrícola no tradicional ha jugado un rol importante para la generación de divisas. El volumen de la oferta exportable, aunque pequeña, ha comenzado a utilizar al mercado Centroamericano como el hilo conductor para ensanchar su mercado local y equilibrar el balance comercial deficitario. Tomando en cuenta que la diversificación de la producción y los mercados es el antídoto contra las fluctuaciones de los precios.¹⁰⁷

3. Competitividad de los Productos Agrícolas No Tradicionales

3.1. Dinámica Comercial de las Exportaciones Agrícolas No Tradicionales

La corriente comercial atraída por los productos agrícolas no tradicionales, ha permitido estimular el consumo local e internacional; conllevando al desarrollo productivo del mercado nacional en los últimos años. La oferta de productos se ha desarrollado en un entorno poco competitivo. No obstante, la dinámica comercial se define rentable para productos específicos, que han alcanzado un mayor grado de competitividad; bajo el horizonte de oportunidades existentes, principalmente en Estados Unidos y Centroamérica. Estableciendo de esta manera, una alternativa veraz en la generación de ingresos al país.

Al igual que las exportaciones de los productos agrícolas básicos, los No Tradicionales han guardado estrecha relación con los tipos de cambios nominales y reales para el intercambio comercial. El periodo que engloba este estudio, se muestra con un índice promedio del Tipo de Cambio Efectivo Real del 1.05%, que se traduce en un 5% de efectividad en el manejo de los costos de producción agrícolas¹⁰⁸. La productividad alcanzada por el sector agrícola, en el mediano plazo, es de un 40% sobre la agregación de valor a los productos. De esta manera, las estimaciones presentadas para el sector agrícola en general, se asocian con la presencia del valor agregado en este subsector agrícola.

Como se ha hecho mención, el sector agrícola no tradicional carece de industrialización (33% de un 60% existente en el sector agrícola al 2013)¹⁰⁹. Por lo que las exportaciones de algunos frutos frescos y congelados, gozan de entradas libres de gravamen y aranceles preferenciales, accediendo a consolidar la oferta doméstica, como materia prima para su futura transformación. Esto ha adolecido al sub sector, por la generación de ingresos u el estancamiento de los sistemas comerciales (pequeños productores (as) y/u fincas en asociación directa de los acopiadores).

¹⁰⁷ Sánchez R. Reflexiones sobre Economía desde Nicaragua. Cap. I Nicaragua Economía y Desarrollo Pág. 51. Edición: R.SL Public. 2013

¹⁰⁸ CEPALSTAT. Índice del Tipo de Cambio Real Efectivo. 2009-2013

¹⁰⁹ MAGFOR. Informa de Avance Sectorial. Septiembre 2013. Hasta 2013 se observa la construcción en proceso de tres centros de agro transformación de Hortalizas, Frutas, Lácteos y Semillas (60%). Además de la formación de cooperativas, apoyo a las familias de la Costa Caribe y Construcción de Cuartos Fríos. Expandiendo la frontera por el atlántico.

Los productores no tradicionales escasean en la formalización de los datos, lo que les ha impedido establecer una dinámica efectiva de los rubros. El origen de este hecho, subyace en el poco acceso al financiamiento, que ha conllevado a cancelar la producción de ciclos postreros. Pudiéndose considerar, que la agricultura no tradicional es un potencial hasta el momento no explotado. Adicional a esto, el desarrollo de la dinámica comercial, ha mantenido niveles de embarcación menores al 1%, es decir, apenas un 0.02% de embarcación.

La infraestructura portuaria, se ha caracterizado por la movilización hacia las zonas de embarque de puerto Limón en el vecino país de Costa Rica, al mismo tiempo que puerto Cortez en Honduras; este último, previsto como una opción para exportar hacia Estados Unidos. Sin omitir, la participación de Puerto Corinto y/u Puerto el Rama. De tal forma, que el crecimiento de las exportaciones se ha encontrado en dependencia de sectores muy remotos y en ciertos casos, con centros de acopio cercanos y de infraestructura pequeña.

Las áreas dispersas de los cultivos, se han encaminado, por actividades complementarias tales como: el turismo agrícola, que ha venido a desarrollar el interés de la demanda tanto nacional como internacional. La presencia de pequeñas comunidades y/u fincas productoras que se han abierto a la oferta turística, la cual se ha utilizado de ventana comercial, para el desarrollo del sector. El municipio de San Nicolás (La Garnacha) en Estelí, ha abierto una oferta turística bajo la producción de hortalizas, quesos e insumos (lombrihumus) de origen orgánico, hallándose en ello, una producción y comercialización más rentable en los últimos años¹¹⁰. Ofertas agrícolas y turísticas como esta, se adhieren programas de cooperación suiza.

También, la inserción de los productos en los mercados internacionales, ha tenido un proceso inductivo por parte de cooperativas, donde los productores se han capacitado para incrementar las áreas de siembra y sustituir las técnicas convencionales por tecnificadas, a tal modo de cumplir con los requerimientos del mercado internacional¹¹¹. Asociaciones como: APEN, APPINIC, MAGFOR, en los últimos años, han dado impulso a la dinámica productiva de los No Tradicionales, brindando capacitaciones a cooperativas de las distintas regiones, desde donde operan éstas subsidiarias agrícolas (fincas)¹¹².

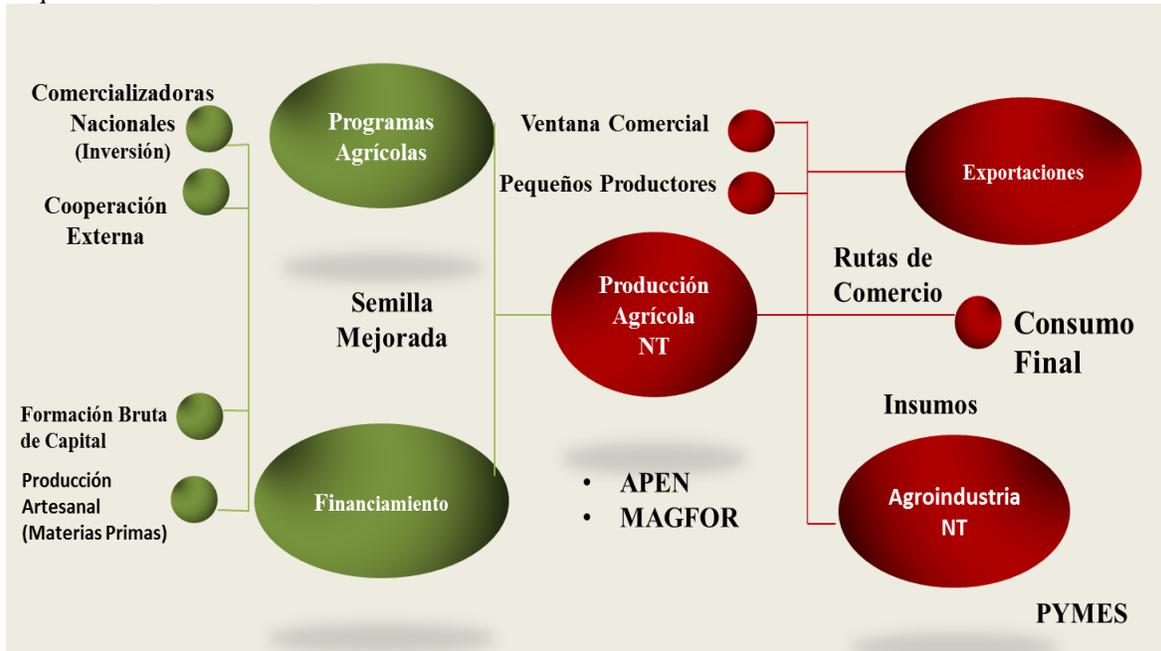
¹¹⁰ Gira de Campo: La Garnacha; Estelí. Asignatura: Economía Agrícola/ Alumnos de III año de Economía. (2012). La generación de insumos cubre un 99% de los costos en fertilizantes. Disminuyendo a un más, los costos de producción.

¹¹¹ Notiexport. Pitahayas Nicaragüenses en Mercados Internacionales. Edición. 184 Public. Centro de Exportaciones e Inversiones. Del 1 al 15 de Diciembre 2012.

¹¹² Primer Contenedor de Pitahaya rumbo a Estados Unidos. Una producción de Divulgación y Prensa. Videoteca del MAG. 2013. Nicaragua es pionero de exportación en CA de la fruta fresca hacia Estados Unidos.

La dinámica exportable de los rubros, se ha establecido, a pesar de la estrechez del mercado nacional, consintiendo patrones de consumo exigentes, la producción se ha acrecentado y ha permitido un progreso técnico del factor tierra, trabajo y el capital, en los últimos años.

Esquema no. 3.1. Dinámica Comercial No Tradicional



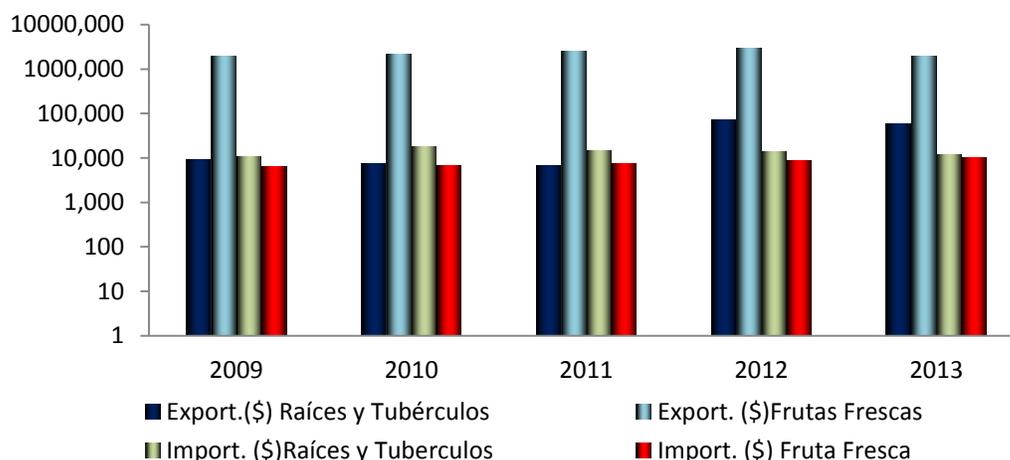
Fuente: Elaboración Propia.

Sin embargo, hasta ahora, la naturaleza del comercio agrícola no tradicional, se observa un tanto estática en la producción de ciertos rubros. El esquema no. 1, engloba el conjunto de factores, por el cual se rigen los productos nacionales, dentro del comercio internacional. Conllevando nuevamente, ha aseverar, que la comercialización de estos productos, se encuentra en su infancia.

El progreso técnico que ha experimentado el país dentro de este subsector, hace referencia al financiamiento agrícola que se ha depositado en un corto plazo, impulsando la formación bruta de capital, al mismo tiempo, de la formación del recurso humano con las capacitaciones. En sí, admite una reducción del trabajo requerido para producir una cantidad dada de los productos, que han alcanzado un incremento de los volúmenes exportados y han superado el estándar de vida de las zonas rurales; trayendo con sigio, un beneficio económico al país.

También, el viraje del comercio internacional, ha determinado que las ventajas comparativas de los rubros no tradicionales cambien en el transcurso del tiempo. Esto muestra, cómo un cambio de dotaciones de factores o una mejora tecnológica inciden la frontera de producción de la nación¹¹³. Donde las exportaciones agrícolas no tradicionales, han crecido y han sido favorecidas con los términos de intercambio.

Grafico no. 3.1. Exportaciones e Importaciones Agrícola No Tradicionales



Fuente: Elaboración Propia. CETREX/DGA

Las exportaciones totales, del grupo de productos que se ha tomado en cuenta para efectos del estudio, se consolidaron en el 2009 con un 20.1% de valor exportado, en tanto que su volumen exportado alcanzo un 51.3% de la producción anual. A diferencia de ello, el 2013 presenta un valor exportable de 27.2% y un volumen de 62%. Bajo este gráfico, las exportaciones se han presentado en dos bloques: Frutas fresca y Raíces y Tubérculos. Donde se acentúa muy bien, el valor de las exportaciones de las frutas desde 2009; alcanzando un balance positivo, entre el crecimiento exportado de los cultivos y el crecimiento de las importaciones de frutas al mercado nacional.

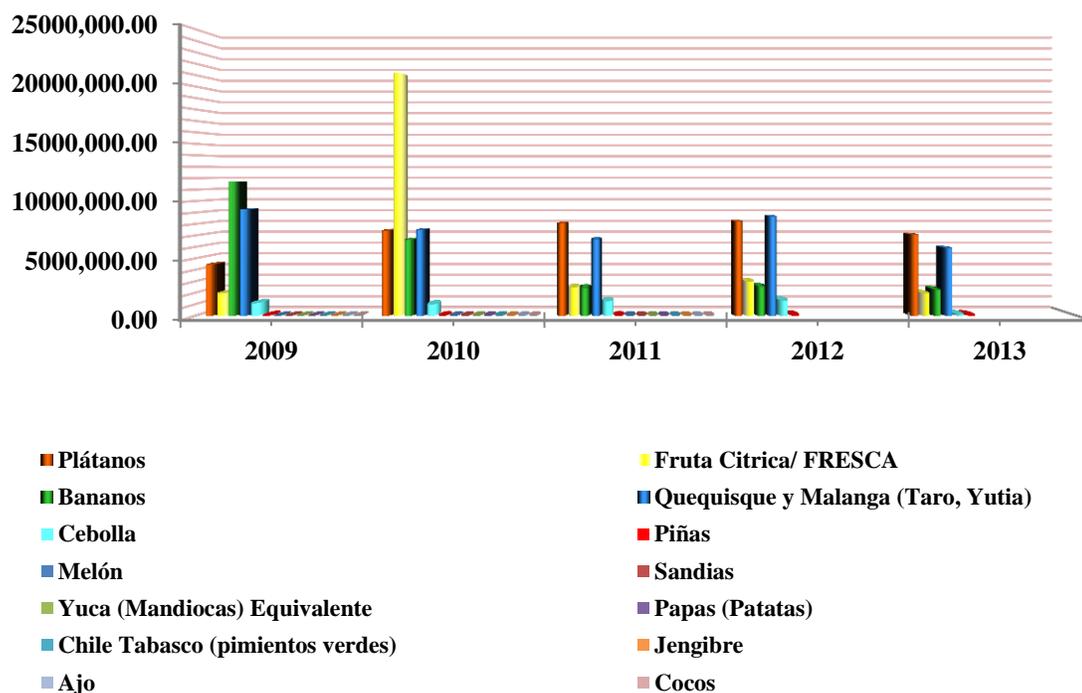
La brecha comercial cerro al 2013 con un balance de 1,9 millones de dólares. Las raíces y tubérculos por su parte, muestran un balance negativo de su valor exportado hasta 2011. En el 2011 la brecha comercial cierra en 118 puntos porcentuales.

¹¹³ Salvatore D. Economía Internacional. Sexta Edición. 1999. El progreso técnico del mercado agrícola no tradicional en Nicaragua, obedece principalmente al impulso que se ha proyectado en pos de mejorar la calidad de los productos (productividad).

En el ciclo 2012, el panorama de las hortalizas, se mostró con un repunte de las exportaciones haciendo positivo su balance con 57, 943.22 miles de dólares; no obstante, al 2013 se ralentizan los términos de intercambio, con una ligera caída del 18%, que contabilizó un ingreso del 47, 335.66 dólares dentro del periodo. Ciertamente el potencial explotado de los rubros, muestra una inclinación mayor por los frutos no tradicionales. Hallándose justificado el punto de referencia tomado con anterioridad (Fruticultura).

Por otra parte, es necesario hacer notar, la participación de los cultivos seleccionados para este estudio, en donde se explica la dinámica productiva de los rubros. En ello, se encuentra que la participación de las exportaciones de productos tales como: Melón, Sandías, Yucas, Papas, Chile Tabasco, Jengibre, Ajos y Cocos, se hacen ausentes a la dinámica exportadora durante los dos últimos periodos a los que precede la investigación. También, mostrándose inferiores a valor generador por el resto de productos, éstos, son compilados de la base de datos de FAOSTAT, encontrándose así, estrechamente vinculados a la privación de datos.

Gráfico no. 3.2. Exportaciones de Cultivos no Tradicionales (1000 \$)



Fuente: Elaboración Propia. CETREX/FAOSTAT

Ciertamente, los productos que distinguen entre la dinámica exportadora, obedecen a productos como: los Plátanos, Frutas, Bananos, Quequisque y Malanga, Cebollas y Piñas. Adicionalmente, se observa que las exportaciones de fruta cítrica muestran un mayor dinamismo dentro del ciclo 2010, adherido u no, al paralelismo de intercambios comerciales entre Chile y Nicaragua iniciados en ese periodo¹¹⁴. Finalmente, las exportaciones de banano tienden a la baja, en tanto que el Quequisque, Malanga y Plátano permanecen constantes en el mediano plazo. De manera tal, que éstos últimos se convierten en rubros con un crecimiento sostenible.

3.2. Ventaja Relativa de la Oferta Exportable

De acuerdo al principio postulado por David Ricardo, sobre la especialización de las naciones y del que ya se ha hecho mención, los productos no tradicionales, tienen a especializarse en aquellos que se produzcan con menores costos y se optimicen los términos de intercambio. Los mercados locales e internacionales han establecido una pronta tendencia en lo que respecta a la comercialización de fruta fresca; no obstante, en el mercado Nicaragüense, se presentan una lista de productos potenciales que se hallan estáticos, ante la falta de infraestructura, inversión y tecnología.

La competitividad de los productos, ha avasallado las medidas del comercio justo; dado que los volúmenes exportados han sido provenientes de los grandes conglomerados que han ocupado las zonas productivas, como cooperativas para el desarrollo de sus industrias, acaparando la producción y además, subyugando los estándares de vida de los pequeños productores¹¹⁵. Sin embargo, aun teniendo que sacrificar la producción de estos productores, ésta actividad ha desempeñado un papel fundamental en el crecimiento del sector. Abriendo ventanas a consumidores exigentes (como el mercado Europeo) que han mostrado preferencia por los productos y/u han incrementado su popularidad¹¹⁶.

Esto, ha permitido establecer ventajas comparativas entre los productos; tomando como principio cada una de las debilidades del sub sector agrícola. Las ventajas relativas se han definido, por cada uno de los atributos que particularmente conservan los cultivos no tradicionales, en comparación a los cultivos que tradicionalmente ya tienen una cuota de mercado establecida, dentro de los que se encuentran: el Café, banano, té, cacao, algodón, azúcar, etc. Donde también, la concepción lograda dentro de éste estudio, antecede al grado de competitividad que tienen en la actualidad los cultivos no tradicionales.

¹¹⁴ Barberena E. Auguran Aumento de las Exportaciones de Flor de Caña a Chile. El Nuevo Diario. 04.03.11

¹¹⁵ MIFIC. 2011 Comercio Justo. Entre los productos que se ubican con la certificación de un comercio justo están: La Fruta Fresca y el Banano. El estándar de vida de los productores en base al comercio, se explica dado que estos no desarrollan una propia cultura exportadora, sino más bien se encubren, tras el perfil comercial de cooperativas.

¹¹⁶ CEI. 2010 Cacao en Nicaragua.

Debido a los modos de producción y consumo, los cultivos que se conocen como no tradicionales en el mercado nacional, han tenido una ligera mejoría de los términos de intercambio. La oferta exportable de los productos se muestra con diversas fluctuaciones, concentrando los mayores valores exportados en una reducida lista de los rubros como lo han sido las frutas frescas para Nicaragua. Según la FAO, el término de frutas frescas, está referido al cultivo cítrico como la Naranja.

Los indicadores son el pilar esencial de éste estudio, es decir, donde se ve reflejado cada una de las características y valoraciones que se han hecho de forma general, acerca de los productos en el tiempo. La acentuada dinámica de los productos, se ha visto como el grado de ponderación en la seguridad alimentaria y los patrones de consumo que se han acrecentado, tanto a nivel nacional como internacional. Por su parte, la seguridad alimentaria relacionada al comercio internacional, ha dejado una demanda doméstica y externa insatisfecha, referido a los canales de distribución existentes en el país, que se han adherido a los altos costos de producción.

Además, los patrones de consumo han guiado a la oferta, alcanzando nuevas rutas de comercio, permitiendo superar las deficiencias del sector. La medición de los cultivos, se hace necesaria, para identificar el grado de especialización que ha transcurrido sobre los productos agrícolas no tradicionales, al mismo tiempo, de analizar las tendencias y determinar la ventaja relativa entre cada uno de los productos agrícolas no tradicionales, que los han hecho relucir dentro de una agricultura de subsistencia.

Proporcionando una base, para el desarrollo y crecimiento económico del país. La estructura de esta base, está compuesta por: disponibilidad de los productos, consumo, acceso y aprovechamiento de las condiciones medioambientales¹¹⁷. La disponibilidad de los productos, contienen variables como: producción interna, superficie cultivada y rendimientos. El consumo, dentro de la base no tradicional está condicionado a las tendencias y preferencias de los consumidores y de cierto modo a los enfoques culturales.

¹¹⁷ Ruiz A. Seguridad Alimentaria y Nutricional de las Familias Rurales de las comarcas: Los 24, Las Cortezas y La Montañita N°2 del Departamento de Masaya – Municipio de Tisma. Noviembre, 2010

Además de la infraestructura comercial, el acceso de los productos se encuentra estrechamente ligado a los niveles de ingreso per cápita, costo de canasta básica y tasa de desempleo, se concibe que al 2010 la tasa de desempleo del sector agrícola osciló, los 265.31 miles de personas¹¹⁸. Nicaragua cuenta con las condiciones agroclimáticas favorables, que han hecho más rentable la producción de los cultivos, característico por sus suelos arcillosos, los suelos se hacen aptos para casi todo tipo de cultivo.

El indicador que a continuación se desarrollara, es a partir de información compilada por FAOSTAT. Tomando en cuenta al mercado nacional y regional, donde los principales países, a los que se han dirigido las exportaciones son: Costa Rica, El Salvador, Honduras y Guatemala. Incluyendo a México, por las exportaciones de Chile Tabasco.

- Índice de Balanza Comercial Relativa

El índice de Balanza Comercial Relativa mide la tendencia importadora o exportadora de un sector u producto dado de la siguiente manera: Exportaciones menos Importaciones sobre la sumatoria de estas dos. Con este indicador se pueden identificar países importadores netos, los cuales son posibles mercados potenciales; también permite identificar países exportadores netos, lo cual es indicativo para el abastecimiento de productos o bien para descartarlos como posibles mercados. Adicionalmente, este indicador permite una medición del grado de ventaja o desventaja comparativa existente y su evolución en el tiempo. De esta manera se presentan la lista de productos, que han sido explicados de esta forma:

$$IBCR_{it}^k = \frac{X_{ijt}^k - M_{ijt}^k}{X_{iwt} + M_{iwt}}$$

En la siguiente tabla, se ve reflejado los productos que se determinaron en el presente estudio. Dado que los datos han sido provistos por esta base de datos, los productos carecen de información y no se valoran en su totalidad, omitiendo productos tales como: Quequisque, Malanga y Pitahaya. Aunque es necesario mencionar, que la pitahaya ha comenzado hacer comercializada en 2013.

¹¹⁸ CEPALSTAT. Población Desocupada del Sector Rural. 2010

Tabla no. 3.1. Resultados Balanza Comercial Relativa

Productos	2009	2010	2011	Características
Banano	-2.27%	-3.32%	-6.21%	Desventaja
Cocos	-10%	-4.55%	-33.33%	Desventaja
Yuca	61.36%	31.53%	28.65%	Ventaja
Fruta Fresca	55.61%	66.58%	56.13%	Ventaja
Ajo	-1.12%	-0.01	3.06%	Ventaja/Desventaja
Jengibre	-8.33%	-4.35%	-1.41%	Desventaja
Melones	-96.92%	-93.45%	-88.875	Desventaja
Cebolla	1.56%	0.62%	4.58%	Ventaja
Piñas	-35.14%	-76.54%	-84.26%	Desventaja
Los Plátanos	54.21%	44.98%	55.45%	Ventaja
Papas	-20.33%	-0.23%	0.36%	Desventaja/Ventaja
Sandias	-20.70%	-7.28%	-6.81%	Desventaja
Chiles	32.69%	-2.90%	-3.37%	Ventaja/Desventaja

Fuente: Elaboración Propia. FAOSTAT

Dentro de la tabla no. 1 se indica, que se cultivos con ventaja relativa son la fruta fresca, la cebolla y los plátanos, yuca y en un segundo plano, se ubican el ajo y el chile. Nicaragua ha presentado características singulares en la producción de estos rubros, donde la fruta fresca ha evolucionado con un mayor potencial, dejando claro que éste cultivo se inserta muy bien en los mercados internacionales. La cebolla por su parte, muestra una sutil ventaja frente al resto de productos agrícolas no tradicionales, el mercado de la cebolla se ha desarrollado con un bajo perfil, por lo que se podría asegurar que éste, ha funcionado como abastecedor de la demanda interna y tendería a descartarse como un mercado potencial.

Los plátanos, se muestran como un mercado potencial, desarrollándose en mejores condiciones que el mercado Centroamericano. El mediano plazo el indicador oscila el 55.51% de la ventaja, lo que lo convierte en un mercado competitivo en la producción y comercialización de este rubro. Los principales destinos del cultivo, han sido: Costa Rica, El Salvador y Honduras, todos ellos seguido después de Estados Unidos. Traducido, el indicador refleja que el mercado de plátano en Nicaragua ha surtido el consumo regional como un exportador neto y con posibilidades de potencializar su oferta.

El perfil de la yuca, como una hortaliza más, se destaca entre el resto de los productos que han sido exportados hacia el mercado Centroamericano. La comercialización de la hortaliza, que depende de pequeñas extensiones de tierra y de zonas desertadas por el medio (poca infraestructura), ha dedicado gran parte de su producción a países de la región.

Donde se ha determinado con ventajas comparativas, posibilitando las formas de potencializar el mercado de la yuca. Los productos que perfilan dentro de un segundo plano, han vuelto un importador neto al país, sin embargo, se podría diversificar su mercado, dando mayor apertura a mercados como China en el caso del ajo y México para el Chile

El resto de productos como: el banano, los cocos, el jengibre, melones, piñas, papas y sandías perfilan con desventaja absoluta en el mediano plazo, presentando así, las posibilidades de ampliar la oferta de la paleta exportadora, al ser rubros potenciales que destacan en valor nutritivo para el consumo mundial. Reflejando así, la estructura de un mercado potencial, que permitiría establecer fácilmente las bases para su desarrollo en los siguientes años.

Retomando la importancia de los indicadores, se observa que apenas el 3% de los productos en detalle, cuentan con ventaja absoluta, modelando una tendencia exportadora, que preferentemente se inclina, por la comercialización de dos productos: fruta fresca y la yuca. El incremento del consumo, por la fruta fresca, manifestado por la demanda de países desarrollados (entre ellos el mercado Europeo), se explica ante las variaciones del clima y/u heladas, que se han tornado con efectos negativos en la salud, acrecentado la corriente comercial en los últimos tiempos.

El alto valor nutricional que contienen los rubros, como la naranja y la yuca han sido considerados entre las nuevas tendencias; donde, Nicaragua participa con el 4% de las exportaciones a nivel mundial y la Yuca aventaja con un 10%. El comercio internacional plantea que la relación económica, entre las naciones desarrolladas y en desarrollo se ha caracterizado por lo que las naciones en desarrollo solo exportan principalmente alimentos y materias primas a cambio de bienes manufacturados de los países desarrollados.

A esto se adhiere, la coexistencia, de que la brecha comercial entre ambas economías, está definida por la continuidad de una corriente social, entre los muy ricos y los muy pobres. Nicaragua cuenta con características similares, puesto que aun siendo el mercado no tradicional, pequeño y estrecho, la estructura de su mercado se ha forjado piramidal en los últimos años, donde los pequeños productores, reciben un mínimo del porcentaje total, generado por las exportaciones de estos cultivos.

En contraste de ello, la dinámica comercial, ha resultado ciertamente conveniente, puesto que se ha logrado expandir el mercado, a través de su oferta diversificada; generando cuantiosos flujos de divisas. Esta connotación, unida a la idea de una demanda internacional deprimida en el consumo de productos manufacturados u de servicios, permite entonces aseverar, que el mercado de cultivos no tradicional presenta las características esenciales para su desenvolvimiento económico dentro de mercados exigentes.

Adicionalmente, se concibe que estos ya se hayan desarrollados dentro del mercado Europeo¹¹⁹. Un punto específico de referencia, en la comercialización de los cultivos en los últimos años. No obstante, de esta observación, se debe mencionar que las exportaciones de los rubros, no se han ralentizado en la manera que lo ha hecho la dinámica comercial del país, por tal razón se presentan las características comerciales para ciertos productos.

3.3. Caracterización de los Cultivos No Tradicionales

En este grupo contemplamos los productos de exportación cuyo valor en el mercado internacional no alcanza todavía cierta importancia. Entre ellos se consideran tanto aquellos que han figurado, como principales frutos de exportación (Banano), como aquellos no tradicionales que han recibido en los últimos años un estímulo dentro de los programas de fortalecimiento al sector exportador, tal como se prevé en el Plan Nacional de Desarrollo Humano; donde se busca alcanzar un desarrollo incluyente¹²⁰. Entre estos últimos se encuentra: Banano, Quequisque y Malanga, Cebolla, Pitahaya y Piña.

3.3.1. Banano

El banano se cultiva en todas las regiones tropicales y tiene una importancia fundamental para las economías de muchos países en desarrollo. Como producto de exportación, el banano contribuye de forma decisiva a las economías de muchos países de bajos ingresos y con déficit de alimentos, entre los que figuran: Ecuador, Honduras, Guatemala, Camerún, Côte d'Ivoire y Filipinas¹²¹. Es la fruta fresca más exportada del mundo en cuanto a volumen y valor. El banano en Nicaragua data por su larga tradición y se cultiva con alta tecnología, en zonas de mayor producción como Rivas y Occidente, la mayoría de las plantaciones posee riego, insumos y materiales para su producción y manejo. De esta manera, encontrándose disponibles en el país.

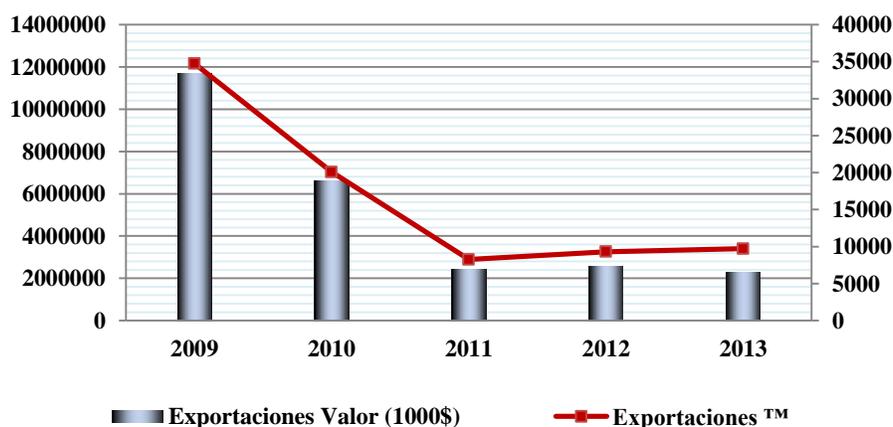
¹¹⁹ Ver Acuerdo de Asociación de la Unión Europea – Centroamérica cap. 5

¹²⁰ PNDH/MAGFOR. Septiembre 2009

¹²¹ PPCP-ADLP. La Economía Mundial del Banano [en línea]. Organización por las Naciones Unidas y la Alimentación. Roma (2004).

El área de siembra en el 2009 era de unas 6,100 hectáreas, logrando alcanzar al 6,428 hectáreas al 2013, es decir, un incremento del 6.38% en comparación al ciclo de iniciación. No obstante, la producción presenta un rendimiento al 2013 muy por debajo de los ciclos precedentes, reduciéndose así en un 18%. Donde también, el tonelaje de éstas ha sufrido un deterioro del 14% en el mediano plazo. Usualmente las variedades que obtiene la mayor producción en el país, son: Cavendish, Williams, Baby Bananas y criollos, están disponibles todo el año. El mercado de banano se valorar como un mercado extenso, pero de industrialización incipiente y/u de producción artesanal¹²².

Gráfica no. 3.3 Exportaciones del Banano



Fuente: Elaboración Propia. CETREX Nota: El eje derecho corresponde a las exportacionesTM

Según estadísticas de la FAO, las exportaciones de este rubro a nivel mundial, han sido lideradas por Ecuador, Guatemala, Francia, Paraguay y Brasil. En el caso de Nicaragua las exportaciones se han dado a la baja a partir del 2010. Adherido a un sistema de comercio desfavorable, la reducción de las exportaciones, resultó de uno de sus principales socios comerciales (Unión Europea), que aplicó drásticas medidas al volumen exportado (no más de 11 mil toneladas), haciendo del rubro poco rentable para los productores nacionales en los últimos años¹²³. Sin embargo, el volumen promedio osciló dentro del periodo 16,423 toneladas; generando un valor promedio de 5.1 millones de dólares.

¹²² MIFIC. Ficha Snack de Bananos –Canadá. [en línea]. Ministerio de Fomento Industria y Comercio. 2014 [Fecha de Consulta: 23.01.15]. Disponible en: <http://www.mific.gob.ni>

¹²³ Sánchez E. “Culmina Disputa Bananera”. El Nuevo Diario. (Managua, Nicaragua), 31 de Mayo de 2010.

3.3.2. Quequisque y Malanga

Los rubros de raíces y tubérculos como Quequisque y Malanga han cobrado real interés en la economía nacional. Dadas las condiciones climatológicas que han afectado la producción en los últimos años, éstos cultivos se han extendido por zonas húmedas como: Nueva Segovia, Región Atlántico Sur (Nueva Guinea y Rama), Río San Juan, además de Chontales y Chinandega. Es necesario mencionar, que para posibilitar la producción de Quequisque en las zonas del Pacífico, se requiere el establecimiento de estructura de riego, lo que encarece los costos, mientras que en las zonas Central y Atlántico del país, por pertenecer al trópico húmedo gozan de mejores condiciones naturales para obtener buenos rendimientos.

Con esto, se concibe que las áreas dedicadas en el mediano plazo, alcanzaron una proporción máxima de tierra de 5,883 Ha. Asimismo, cabe agregar que el mayor descenso de las áreas producidas, se dio durante el 2010 (decreciendo un 66%) con 2,475.96 Ha. La Costa Caribe, uno de los refugios de la producción de hortalizas raíces u tubérculos, se ha desempeñado con rendimientos improductivos, demarcando un mayor grado de desigualdad en la productividad agrícola.

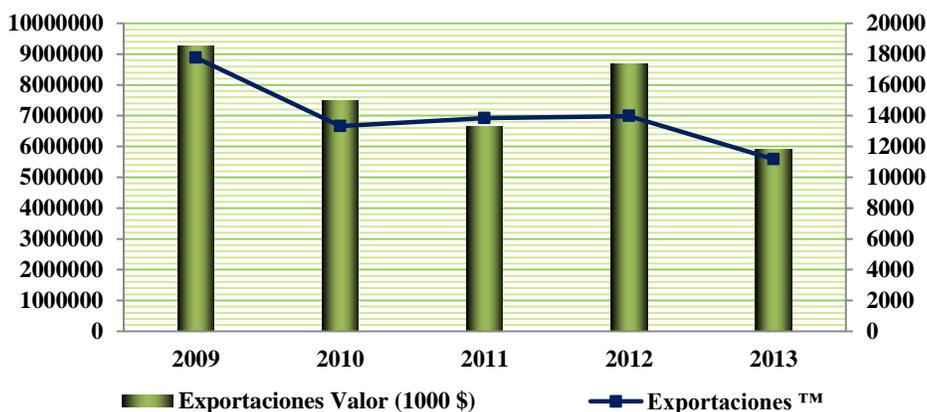
En la Costa Caribe de Nicaragua, solamente el 4.4% de los productores usa semilla certificada, el 8.5% fertilizantes químicos y el 58% utiliza plaguicidas. La producción agrícola en la zona es altamente vulnerable a variaciones en las lluvias. Causando con frecuencia, la pérdida total de un ciclo agrícola. No obstante, los programas implementados, en pro de la inclusión social, han conseguido dar acceso a pequeños productores con mercados locales, regionales e internacionales; así como fortalecer vínculos entre productores y proveedores de tecnología. Extendiendo las áreas de producción al 2011, en 6,767.87 Ha. Además del descenso que se percibe al 2013 con 5,853.21 Ha¹²⁴.

Las exportaciones de Quequisque y Malanga, han mantenido valores transables constantes. Sin embargo, los términos de intercambio se tornan desfavorables para los rubros. Obedeciendo al limitado acceso de las zonas productivas sobre los factores tecnológicos y la capacitación de productores incipientes, que hasta ahora se insertan en la dinámica comercial con técnicas convencionales. Estos rubros, han sido utilizados en pro de la seguridad alimentaria. Comercializándose, con un alto nivel de rechazo dada la baja calidad del producto¹²⁵.

¹²⁴ FIDA. Programa de Desarrollo Rural de la Costa Caribe de Nicaragua (NICARIBE). División de América Latina y el Caribe. Departamento de Administración de programas. Pp. 77 Agosto 2010.

¹²⁵ "Análisis de la Cadena de Valor de Malanga". Rancho Grande Matagalpa, Nicaragua. 18 y 19 de Junio del 2009.

Grafica no. 3.4. Exportaciones de Quequisque y Malanga

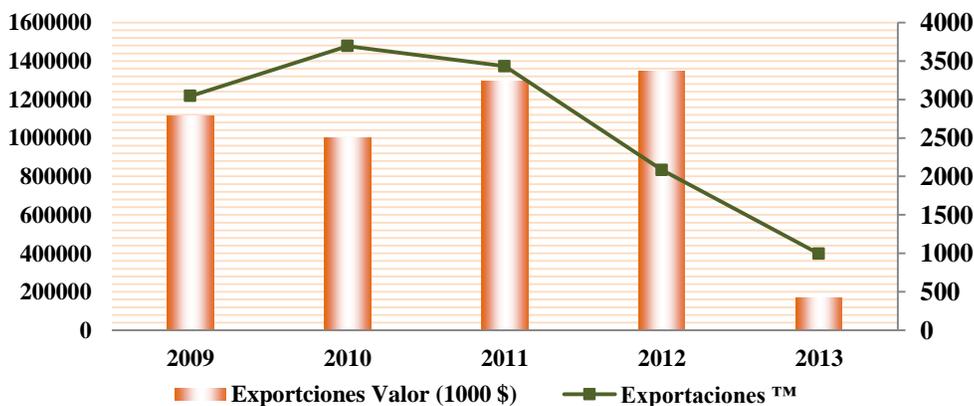


Fuente: Elaboración Propia. CETREX. Nota: Eje derecho corresponde a las exportacionesTM

3.3.4. Cebolla

La cebolla es originaria de Asia Central, como el ajo y la chalota (cebolla amarilla y morada). En la Edad Media se la utilizaba tanto culinariamente como en farmacia. Pertenece a la familia de las Liliáceas (ajo, puerro). Esta hortaliza se caracteriza por encontrarse entre una de las pocas especies que cuenta con un período de almacenamiento relativamente prolongado y sin grandes costos. En Nicaragua, la producción de cebolla se ha dado formalmente dentro del Valle de Sébaco, del departamento de Matagalpa. Las áreas del cultivo oscilaron entre 3,034 Ha y 3,175 Ha. El tonelaje promedio es de 7,767.75TM por ciclos productivos. Un 68% de la producción, después de exportaciones, es dedicado al consumo nacional.

Grafico no. 3.5. Exportaciones de Cebolla



Fuente: Elaboración Propia. CETREX. Nota: Eje derecho corresponde a las exportacionesTM

La cebolla, como un producto agrícola más, tiene la particularidad de la estacionalidad de la producción; se produce entre Agosto hasta Septiembre, pero la mayor producción se da de Noviembre a Mayo, luego se almacena el producto y se mantiene abastecido el mercado; mientras que la ventana de exportación hacia Estados Unidos va de enero a marzo u hasta mayo, donde se coloca en el mercado Centroamericano¹²⁶.

El gráfico de la cebolla, muestra desfavorables términos de intercambio al 2010, donde, los volúmenes presentados exceden sobre el valor, reduciendo el nivel de ingreso percibido por la cebolla. Es de hacerse notar, que la hortaliza, transa su mejor producción durante 2012; consolidado un valor de 1.3 millones de dólares y un tonelaje de 2083.32 toneladas métricas. Así el cultivo de Cebolla, se muestra con importantes fluctuaciones y de escasa rentabilidad en los últimos tiempos.

3.3.5. Pitahaya

El cultivo de la pitahaya tiene un caso particular, puesto que sus exportaciones comenzaron a dinamizarse dentro de ciclo agrícola 2013. Es decir, la producción de éste rubro, no cuentan con información estadística sobre su comercialización en los mercados internacionales como fruta fresca¹²⁷. No obstante, la pitahaya se ha presentado al mercado local, como una oferta sustancial, que atrae beneficios a la salud. Además, se le conoce como futo de la pasión y/u fruta del dragón. Por su gran contenido de agua, la fruta es considerada un diurético natural, un antiinflamatorio y un útil fortalecedor del sistema inmunológico¹²⁸. El cultivo nacional, ha liderado dentro del mercado Centroamericano, experimentando además, una gran demanda, que ha abierto las expectativas hacia nuevos mercados.

Nicaragua ha afianzado las exportaciones del cultivo en mercados como: Costa Rica y El Salvador. Según datos de CETREX, la exportación en valor de pitahaya en el país, ha generado más del doble entre 2011 y 2012. A finales de 2011 se registraron 40, 857.7 kilos de pitahaya con un valor de 110.928 dólares; mientras que en 2012 se exportaron 62.049 kilos con un valor de 252.833 dólares. Se valida la información, dado que los datos de las exportaciones presentadas, provienen de la industrialización de dicho fruto.

¹²⁶ MIFIC. Ficha producto Cebolla. Managua, Nicaragua Septiembre de 2009.

¹²⁷ MAGFOR. “Sale el primer contenedor de pitahaya rumbo a Estados Unidos. Primera vez que se exporta fruta fresca en la historia comercial de Nicaragua”. Divulgación y Prensa MAGFOR. 21.06.13

¹²⁸ Arce P. “Disfruta los Beneficios de la Pitahaya”. El Nuevo Diario. Managua, Nicaragua; Fecha de consulta: 24.01.15

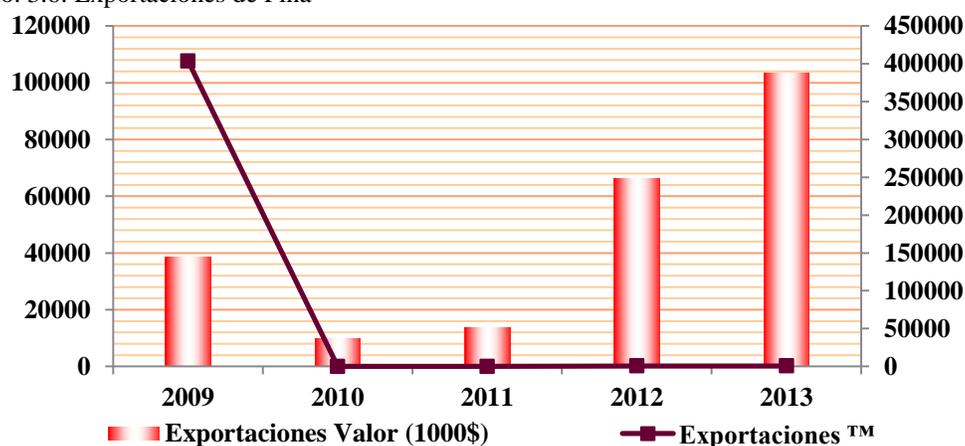
Por su parte, la Asociación de Productores de Pitahaya de Nicaragua (APPINIC), reúne a la mayoría de los productores del país, siendo conformada por 140 socios activos. La asociación incluye pequeños y medianos productores de las principales zonas de producción de pitahaya de Nicaragua¹²⁹. La pulpa congelada de la pitahaya, ha tenido una ventana de oportunidades, superior al de la fruta fresca.

Siendo esto aceptable, puesto que la agregación de valor ha sido la clave de su crecimiento comercial, durante la última década. El mercado de Estados Unidos es el principal receptor de este fruto semi procesado. Entre los competidores comerciales perfilan: Ecuador, Guatemala, Colombia, Chile, México, entre otros¹³⁰. Asimismo, se observa que dentro del periodo en estudio la presencia de la pulpa de exportación es nula; al mismo tiempo, que lo hace el melón como fruto semi-procesado, que se oferta a Estados Unidos y la Unión Europea.

3.3.6. Piña

Estudios científico técnicos señalan que la piña es originaria de América del Sur, del centro y sureste de Brasil, y Noreste de Argentina y Paraguay. En la actualidad, los frutos de piña y sus derivados tienen gran importancia económica en las regiones tropicales y subtropicales del mundo. La piña es rica en nutrientes como vitaminas y minerales, lo cual hace de este bien un producto provechoso de alto consumo. Su efecto es prodigioso dado que depura el organismo a través de un proceso diurético por parte del metabolismo. Así las exportaciones de este fruto se han caracterizado con un auge mayor dentro de los dos últimos ciclos de este estudio.

Grafica no. 3.6. Exportaciones de Piña



Fuente: Elaboración Propia. CETREX. Eje derecho corresponde a las exportaciones TM

¹²⁹ Pro Nicaragua. "Nicaragua Lidera la Producción de Pitahaya en Centroamérica". [en línea] 08 de Octubre de 2013. [www.pronicaragua.org].

¹³⁰ MIFIC. Elaboración de Ficha producto Mercado. Producto: Pulpa de Pitahaya. Septiembre 2005

La piña en el periodo analizado a mostrados favorables términos de intercambio, el grafico evidencia, que los volúmenes han descendido a proporciones mínimas en relación al valor presentado por las exportaciones. Su crecimiento cóncavo, alcanzo un porcentaje al 2013 que supera su 100% de valor. Mientras el volumen, decrece en un 99% contrario a su valor. La fluidez de la demanda de piña ha tenido un ascenso a nivel mundial, posicionándose así, con un alto grado de interés por parte de los consumidores en los mercados locales de las distintas regiones del mundo. La inclinación hacia la fruta fresca ha estimulado incrementos en la productividad, atrayendo la atención de productores para agregar valor a este producto.

3.4. Ventajas y Desventajas de los Productos No Tradicionales

El comportamiento de las exportaciones de este sub sector en el transcurso del tiempo, ha tenido una incidencia fuerte en el sistema productivo del país; impulsando así, la dinámica comercial, bajo la implementación de programas y acciones del sector público, financiadas en gran medida por la cooperación internacional, en coordinación con el sector privado. No obstante, el impacto de estas intervenciones sigue siendo modesto, con poca cobertura y se requiere una mayor integridad y coordinación de estas acciones, así como hacer un esfuerzo mayor, desde el proceso de formulación, focalización y evaluación periódica, a fin de realizar los ajustes pertinentes.

Un punto importante ha señalar, es la cuota de mercado que han alcanzado los productos agrícolas no tradicionales para Nicaragua, la cual ha logrado captar la atención de productores nacionales, considerando que este sector ofrece excelentes oportunidades de desarrollo para toda clase de cultivos fuera de temporada entre los cuales se muestran: cultivos de frutas tropicales, cultivos de raíces y tubérculos, cultivos de flores de corte, entre otros sub sectores. Donde, además el estudio en detalle, toma en cuenta a los dos primeros grupos, que han sido potenciales en la generación de ingresos. Es por tal razón que se analiza las ventajas y desventajas que proyecta el sub sector como rubros potenciales.

a. Ventajas

- Exoneración de impuestos de internación de equipos, maquinarias, repuestos, material de empaques e insumos¹³¹.

¹³¹ “Ley no. 822. Ley de concertación tributaria” La Gaceta: Diario Oficial. Managua, Nicaragua: 17 de Diciembre 2012. Año CXVI, P.22

- Exoneración del impuesto General al Valor (IGV) en compras locales de insumos.
- Exoneraciones a las preparaciones a base de leche con frutas.
- Facilitación de las exportaciones de productores incipientes (exportadores indirectos)¹³²
- La actividad exportadora es considerada por el gobierno como estratégica y prioritaria por ser una fuente para divisas líquidas del exterior.
- No existen barreras arancelarias para los productos no tradicionales.
- Los productos no tradicionales Nicaragüenses son competitivos en el mercado internacional, dado que reúnen las condiciones de calidad exigidas (color, sabor y olor en ciertos productos).
- Cuentan con la mayor concentración del gobierno en proyectos públicos sectoriales, que han sido coordinados por el MAGFOR e implementados por el INTA, INAFOR e IDR.
- La mayor parte de los productos son de fácil adaptabilidad a los diversos climas.
- Contribuyen al desarrollo socioeconómico rural, en las zonas de producción marginal del país.
- Adaptabilidad de procesamiento Industrial
- Los productos están condicionados a la libre competencia.

Cada una de las exoneraciones, permiten observar el tipo de respaldo comercial, que han alcanzado los productos agrícolas no tradicionales. Además de su fácil acceso, a mercados locales, regionales y globales. Una de las ventajas, que reúne la idea central de éstas, es el fácil reingreso de divisas que generan los productos agrícolas no tradicionales, desde sus rendimientos hasta su futura transformación.

¹³² CETREX. “Ley de Admisión temporal para perfeccionamiento activo y de Facilitación de las exportaciones”. Managua, Nicaragua; Fecha de Consulta: 15 de Junio 2014. Exportadores Indirectos: Persona natural o jurídica que vende o tiene previsto vender a exportadores directos, materias primas, insumos, envases, empaques o a productos terminados que se incorporen a bienes destinados a la exportación.

Pasando por cada uno de los eslabones productivos contruidos a lo largo de los ciclos. No obstante, vale recordar que el sector sigue siendo altamente vulnerable, a la falta de inversión y financiamiento. La presencia de los programas, ha sido claramente beneficioso para el desarrollo de comunidades altamente vulnerables en la seguridad alimentaria; ejecutando así un crecimiento pro-pobre sostenido, como parte de la política agro productiva, que ha sido impulsada hasta ahora.

De esta manera, eliminando las deficiencias estructurales, que han dejado escaso nivel tecnológico y un sistema productivo ineficiente y costoso. Su producción industrial, aunque lenta ha tenido mejores perspectivas en cuanto al acceso del mercado internacional, principalmente hacia Estados Unidos y nuevos mercados que han despertado al interés de los productos. Una de estas, ha sido la mermelada de piña, que se ha introducido fácilmente, dada su aprobación, en acorde de las reglas de un comercio justo.

b. Desventajas¹³³

- Bajo nivel de conocimiento de los productores de las potencialidades del mercado externo y escasos servicios técnicos
- Gran número de productos con escasa uniformidad, en aspecto de calidad y pequeños volúmenes de producción (insuficiente oferta)
- Insuficientes e inadecuados sistemas de refrigeración y de transporte post cosecha (Carentes de Infraestructura)
- Limitación del Crédito para diversificación agro alimentaria
- Distribución espacial limitada de productores (parcelas de 1 y 2 mz.)
- La oferta de productos agrícolas no tradicionales es llevada a cabo principalmente por pequeños productores
- Alta dependencia hacia precios relativos
- Restricciones legales u trabas para patentizar marcas de los productos elaborados

¹³³ FAO. Departamento Económico y Social “El papel de la Agricultura en los países menos adelantados y su integración mundial”

Los cultivos se han venido desarrollando bajo la utilización de indicadores tales como la productividad agrícola la cual define la producción por unidad de tierra (conocido como rendimiento de cosecha). Permitiendo de esta manera la interpretación de cosechas por rendimientos. Tomando en cuenta que los países menos adelantados son bajos en relación con los de otros países desarrollo. En cuyo caso, los cultivos de Nicaragua, se desarrollan en apenas un área parcial de 1 o 2 manzanas. Dejando como resultado, bajos rendimientos y limitada capacidad de abastecimiento. También, los rendimientos de los productos alimentarios básicos (cereales, raíces y tubérculos y cultivos oleaginosos) no llegan a la mitad del promedio del rendimiento de los países en desarrollo.

No obstante existen grandes variaciones entre países que hacen posible insertar la existencia de rendimientos considerables si la inversión atraída, es dirigida hacia este tipo de mercados. Los pocos flujos de inversión extranjera, concebidos en los últimos años, se han caracterizado por la tendencia de industrialización, dejando de un lado la producción de cultivos frescos. Por su parte, la inversión pública, ha dirigido mayores esfuerzos a la producción agrícola de subsistencia, como ya se ha hecho mención, ésta ha balanceado las desventaja del sector. En adición a esto, se observa que la producción, proveniente de este tipo de inversión, obedece a una comercialización directa con los proveedores de financiamiento.

La diversidad de estos productos se caracteriza por cada una de las cualidades intrínsecas que poseen, las cuales los hacen propicios y/u desacertados en sus distintas fases. De tal forma, que la agroindustria Nicaragüense presenta serias limitaciones que se describen como parte del desarrollo exógeno de las empresa entre los que se pueden destacar: la cobertura y calidad de los servicios productivos (energía eléctrica, telecomunicaciones, agua potable, transporte, servicios de apoyo), nivel de educación de los productores, la escasa cultura de organización, asociación y exportación, el tamaño de los mercados locales y la débil presencia institucional.

En un segundo grupo se encuentran las condiciones internas, el desarrollo de pequeñas y medianas agroindustrias rurales, pocas capacidades administrativas y empresariales de los productores o grupos de productores, falta de un manejo adecuado de la variable tecnológica como un producto y su calidad, inexistente o poca organización y poco manejo de funcionamiento del mercado, entre otros. También dejando como respuesta, ciclos dispersos, que limitan la capacidad de un análisis dinámico en el mediano plazo.

Obtener el punto de equilibrio entre las distintas variantes antes expuestas, se ha convertido en un reto de productores, comerciantes y consumidores por posicionar los distintos rubros y solidificar el mercado nacional como un mercado competitivo ante la demanda mundial, regional y local. Sin embargo, cabe realzar que la presencia de estos productos ha determinado una clara postura en el comercio internacional permitiéndose así mismo mayor captación de divisas, las cuales han favorecido los ingresos de los distintos sectores involucrados.

4. Evolución Histórica de los Precios de Cultivos No Tradicionales

4.1. Precios Internacionales

La evolución de los precios internacionales, se ha visto seriamente trastocada por el efecto de la crisis internacional. La situación del comercio internacional que se profundizó durante el 2009, marco una tendencia a la baja en el consumo, que generalizó con la caída de los precios del sector agrícola mundial, al 2012. Posteriormente los ingresos y el consumo ralentizaron su dinámica, socavando aún más, la estructura de los precios. También, uno de los factores que incidió en la reducción de éstos, fue: la mayor disponibilidad de suministros y condiciones climáticas favorables en alguno de las principales economías productoras.

El descenso de la demanda por los bienes de lujo en el comercio mundial, condujo a provocar, el incremento del consumo de alimentos y también, choques de oferta, que se tradujeron en un descenso de los precios internacionales. El cierre de los precios al 2013 continuó a la baja. Los precios del café y azúcar registraron reducciones importantes en términos interanuales (-28.1% y -19.1%, respectivamente), como resultado en ambos casos, de la mayor oferta mundial, principalmente de Brasil¹³⁴. En términos generales, el sector agrícola al 2013 se presenta vulnerable, frente al incremento de la producción, provista por nuevos actores a nivel mundial.

Como parte de la tendencia, se encuentra el efecto de los altos precios, enmarcados durante los tres primeros ciclos (2008 al 2011), los cuales jugaron un papel determinante en la producción de alimentos, mermando la disponibilidad de éstos en los mercados internacionales. Donde los más ricos, se benefician de los alimentos ricos en proteínas, como: los productos lácteos, las frutas y verduras, pescado y mariscos, dejando de un lado los productos básicos¹³⁵.

¹³⁴ BCN. Informe 2013

¹³⁵ Primorac M. El aumento de los precios de los alimentos haber llegado para quedarse. Boletín Digital del FMI. 17.03.11

Esto ha desplegado la dinámica productiva, con un importe caro, acrecentando la demanda de tierras, que como ya se ha explicado, se ha hecho improbable ante la creciente población mundial, que se anuda al rezago de la productividad, en las distintas economías y a la reducción de los salarios reales; lo que alimento la inflación de muchas economías y caracterizo la antesala del consecutivo descenso de los precios. Esto contribuyo a profundizar la tendencia de los mercados de alimentos. Según el FMI, esta tendencia no es reversible.

El espiral provocado por el arribo y el posterior descenso de los precios, se asume con mayores efectos hacia los países en desarrollo. La caída de los precios en el sector agrícola alteró los ingresos de pequeños familias productoras, conllevándoles a reducir los niveles de producción, dedicándose mayoritariamente a una producción para su autoconsumo. Asimismo, es necesario enfatizar, que la producción de bienes en el mediano plazo, ha presentado una disminución gradual de sus precios, que ha sido causado, por una moderación en el crecimiento de China, principal destino de varios de los productos primarios, de países en desarrollo¹³⁶.

Por su parte, los avances tecnológicos han impuesto una mejora en los términos de intercambio; a lo cual, economías como éstas, se han encontrado expuestas, al aprovechamiento de los precios internacionales. Es decir, al depender de una reducida estructura productiva, carente del factor tecnológico, los productos transables generan una proporción mínima de ingresos. En la primera parte de este documento, se habla de que los países de América Latina eran un referente de los países en desarrollo. Bajo éste contexto, se ubica Nicaragua, el cual ha presentado características disimiles a otras, dado que su macroeconomía, ha contado con una mayor diversificación de la paleta agro exportadora, asumiendo también, la tendencia de un mercado agrícola no tradicional.

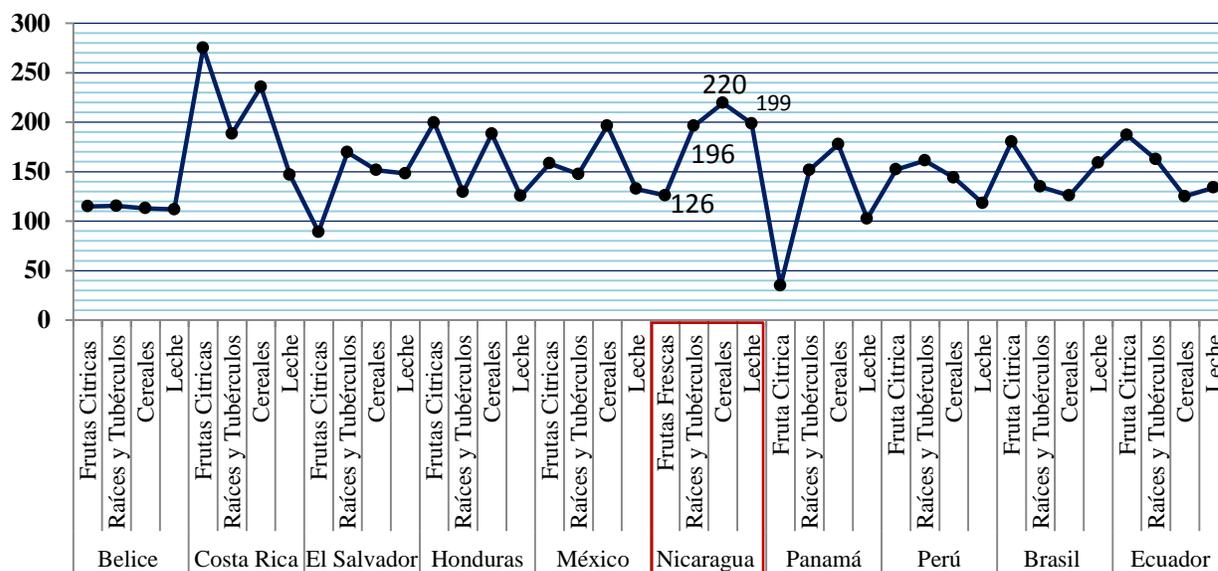
Según el MIFIC, la paleta agro exportadora, refleja una menor diversificación entre los años 2010 y 2011 en comparación a décadas pasadas, lo que además se ha hecho acompañar de un ligero deterioro en los términos de intercambio, que subyace en una reducción de la oferta local, entre otras cosas, los altos precios en combustibles y otras materias primas. Sin embargo, es importante considerar la diversificación en los mercados por destino de Nicaragua, de tal forma, que se ha buscado un balance del comercio, entre el aprovechamiento de los mejores precios, la oferta y demanda de productos¹³⁷.

¹³⁶ CEPAL. Tres décadas de crecimiento desigual e inestable. Documento Informativo 2013

¹³⁷ MIFIC. “Términos de Intercambio”. Informe Anual de Comercio Exterior. 2011

Suponiendo así, un efecto multiplicador del consumo y la producción, los indicadores de precios al productor en la región, se hacen imperantes. El indicador promedio de las frutas se presenta en el mediano plazo, con 152 dólares por tonelada producida, en tanto que, el valor de las raíces y tubérculos oscila 156 dólares. No obstante, el mejor precio promedio pagado al productor se lo llevan los cereales con 168 USD/TM. Por último, el precio de la leche oscila 138 dólares por litros de vaca producidos al año.

Gráfico no.4.1. Índice de Precios al Productor USD/TM (2009-2012)



Fuente: Elaboración Propia. FAOSTAT

La gráfica de índice de precios al productor, es explícita, dado que los precios que vislumbran con un mayor valor dentro de la región, son concedidos para: Costa Rica, Nicaragua y Perú, que dentro del grupo de productos, consolida un indicador menos fluctuante. Vale agregar, que la participación de Belice es reveladora, dado que se podría indicar una inflación subyacente, percibida durante el periodo de crisis. El precio de la fruta para Nicaragua, es relativamente bajo en comparación al precio pagado para Costa Rica (276 USD/TM). También es necesario aludir, de que las inversiones de Costa Rica en Nicaragua, ha dispuesto una oferta mayor de frutos en éste vecino país, lo que ha hecho permisible un precio mucho mayor¹³⁸.

¹³⁸Rememorando así, lo planteado en el acápite “La Inversión y la Ventana Comercial” capítulo no 2 de este estudio, donde el capital extranjero ha dedicado sus esfuerzos a la producción de frutos, en un 100% para exportación. Sin embargo, es necesario tomar en cuenta, de que en Nicaragua, el valor generado por las frutas hasta 2013, es mucho mayor que el de las raíces y tubérculos (a pesar de su precio). Ver también cap. 3.

Perú por su parte, ha contado con un valor superior de 152 dólares la tonelada de fruto, mostrando una diferencia de 26\$ por tonelada. Siendo esto, importante en la generación de ingresos. Una característica particular, dentro de los flujos de comercio, es que Nicaragua compite dentro de la región, con los precios promedio de fruta fresca, que para los países vecinos no dista de gran significado. Las raíces y tubérculos superan el valor de los frutos con un 55% más en el promedio de los precios. Esto ha marcado un factor diferencial entre los pequeños productores que se dedican a exportar algún tipo de hortalizas.

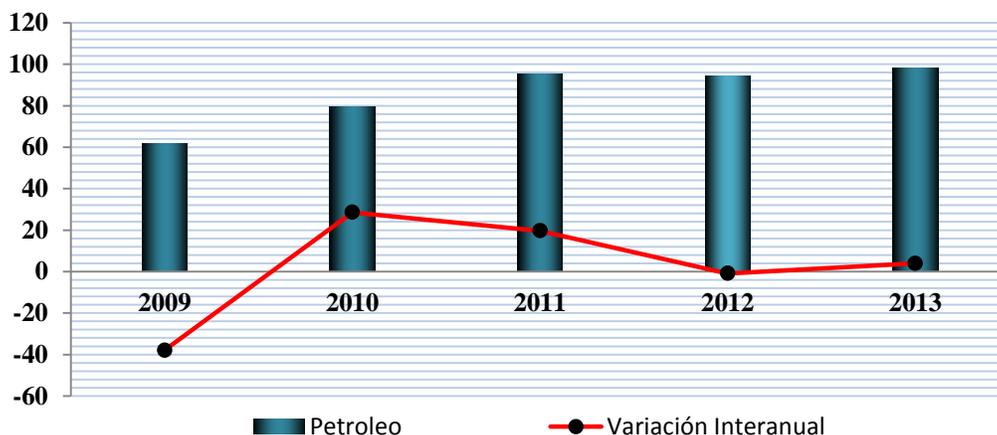
En el valor de los cereales, existe una competencia dual, que se ha definido para dos mercados, el de Costa Rica y el de Nicaragua. Costa Rica logra alcanzar, un valor promedio de 236 dólares en los tonelajes ofertados al mercado externo. No obstante, Nicaragua también alcanza un punto óptimo de valor, para estos rubros en el mediano plazo, aunque en menor proporción (220 USD/TM), esto ha mejorado los términos de intercambio, dando pase, a salir de la crisis internacional. De igual manera, el sector lechero florece, alcanzando un valor promedio de 199 dólares, por litros de leche, que han sido producidos anualmente. Incrementando su valor por las afectaciones del clima.

El resto de países modela un sistema de precio regular entre los 110 y los 160 dólares. Marcando una brecha de 50 U\$ promedio. De esta manera, se encuentra que los productos no tradicionales, han contado con un alto valor, en comparación a los precios internacionales de la región. La oferta domestica de productos frescos (un tanto diferencial en términos), ocupa un mejor lugar entre el precio de los cítricos de Panamá (35 USD/TM) y el Salvador (89USD/TM). Asimismo, los precios de las raíces y tubérculos entre la lista de estos 10 países, acentúa una tendencia al alza con los 196 dólares promedio que presenta hasta 2012.

Hasta ahora, se han presentado los precios de los productos no tradicionales en relación a los alimentos básicos. En cuyo caso, los precios del petróleo se hacen inexistentes, en el estudio. Al ser un indicador esencial de la dinámica productiva de los productos agrícolas no tradicionales, se analiza su evolución. El precio del barril de petróleo oscilo en promedio de los ochenta y seis dólares, en los últimos cinco años. Considerando esto, la productividad de los no tradicionales se ha desarrollado, bajo la presión inflacionaria de los precios del barril de petróleo. También, se observa que éstos mantuvieron una tendencia alcista luego de la crisis.

En el 2009, periodo en que se profundiza la crisis, los precios de este tan importante rubro (62 dólares el barril), marcaron el despegue la producción nacional. Así pues, el precio de la fruta fresca, que se inicia en 116 dólares la tonelada, alcanza un valor al 2012 de 136 USD/TM. Paralelamente, el precio de las raíces y tubérculos se torna con mejores perspectivas, cotizándose el tonelaje de este cultivo en 178 dólares dentro del ciclo de precedencia, para luego hallarse en 251 dólares. Correspondiendo, a la poca e incipiente oferta mundial.

Grafico no. 4.2. Precios Internacionales del Petróleo



Fuente: Elaboración Propia. BCN

Hay que mencionar, que el despegue de los precios no tradicionales en relación a los del petróleo, ha tenido su origen en factores externos como: el encarecimiento de los costos agrícolas, de transporte, los insumos químicos y la energía para productos básicos¹³⁹, donde ésta última, ha desarrollado una tendencia a la producción de biocombustibles, incrementando así, la demanda por los no tradicionales y por tanto, de sus precios.

A su vez, los altos indicadores del petróleo a nivel mundial, se asocian a la tendencia excedida de países emergentes (China), que expandieron su industria y comenzaron a demandar más de estos bienes¹⁴⁰. Mostrando un comportamiento mixto, los derivados del petróleo en el mediano plazo, obedecen principalmente a dos aspectos: primero, la expectativa económica global (crisis) y segundo, las tensiones geopolíticas de Siria e Irán, sobre la producción de este rubro.

¹³⁹ BCN. Informe Anual. 2012

¹⁴⁰ ¿Por qué sube el precio del petróleo? Educar Chile 2008

Posterior a esto, los rubros básicos como: el café, el azúcar, el oro y la carne acrecentaron su valor, iniciado por una amplia demanda, que se anuda a factores de carácter climatológico, afectando a los principales oferentes de estos bienes. De esta manera el café, un rubro índice, alcanza un máximo de valor de 2, 732.01 dólares la tonelada durante el 2011¹⁴¹. Lo que corrobora, la expectativa acerca de la evolución de los precios, en la dinámica económica.

4.2. Factores de Incidencia en Costes de Producción

A nivel internacional, estudios realizados por las Naciones Unidas, presentan algunos de los principales factores que podrían explicar el alza de los productos en general, encontrándose así: las malas cosechas, bajas reservas de cereales, aumento del precio del petróleo, crecimiento de la demanda de biocombustibles, disminución de las ayudas a la agricultura y especulación financiera¹⁴². Hay que resaltar, que la participación de los altos costos de los combustibles para estos últimos años, ha sido el principal factor que tiende a elevar los costos de producción, haciendo, que el transporte de los alimentos se haga más caro. Aun cuando estos, han sido un puerto de salida a los cultivos no tradicionales.

Al analizar de manera general los factores que influyen directamente en el comportamiento de los precios, se podría aseverar que la producción de cultivos agrícolas no tradicionales, se ha desviado por mucho tiempo, de la idea de desarrollar su propio mercado. Conllevando a que el crecimiento experimentado de los productos en los últimos años, siga siendo precio aceptante frente a la fluctuación continúa de los precios. Empero, de algunos ciclos, donde las variaciones de los precios, han contribuido de forma directa, permitiendo el fortalecimiento de estos cultivos¹⁴³.

Otro factor que promueve los altos costos, es la producción de mono cultivos, que en el mundo, ha hecho prevalecer una demanda insatisfecha. La tendencia inestable de los precios presentada para este periodo, conlleva a considerar lo siguiente: cuando las reservas son bajas y los precios altos, la agricultura no tradicional, puede aumentar la superficie sembrada, de los cultivos independientes, pero no pueden reducir el tiempo necesario para que los cultivos maduren y se puedan cosechar, ni mucho tampoco asumir el costo de envío y/u procesamiento, por lo que procede a una comercialización local. Siendo esto, una de las causas por las que el mercado no tradicional hasta ahora es estrecho y es altamente vulnerable a los vaivenes económicos.

¹⁴¹ BCN. Precios Internacionales de los Principales Productos. 1994-2014

¹⁴² Vargas, O. R. Crisis Alimentaria Mundial y sus Repercusiones en Nicaragua. Public. FAO. Abril de 2010

¹⁴³ Recordar tabla no.1 del capítulo 2 para ampliar el análisis.

En cuyo caso, concentrándose en cultivos, como: el café, el cacao u otros, consiguieran suponer años de espera y por tanto incrementar los costos. Finalmente, cuando se consigue aumentar la producción, los precios bajan, ya que la oferta supera rápidamente a la demanda de los países importadores. Dado que la demanda no crece de forma inmediata en respuesta a la caída de los precios, el resultado es una producción cíclica, que conlleva a una serie de breves paréntesis de prosperidad seguidos de períodos recesivos prolongados¹⁴⁴. Esto, como muestra de que la producción de monocultivos, se ha desempañado con un lento crecimiento, dado, el incremento de los costos.

A mayor escala, se encuentran factores que también inciden, de forma directa, en la estructura productiva de los costos de los no tradicionales, tanto a nivel nacional como internacional, estos pueden distinguirse de la siguiente manera:

- El control oligopólico, de que unas pocas empresas poseen el comercio agrícola mundial de los principales productos, como: soya, maíz, arroz, trigo, leche y carnes; donde imponen un precio, independientemente del costo real de producción¹⁴⁵.
- Elevados costos de transformar cereales en proteínas animal y/u productos agrícolas dedicados a los agro combustibles¹⁴⁶.
- La búsqueda incesante de tierras productivas, a cambio del factor tecnológico (una producción comprometida con la inversión de TIC)
- Dada las diferentes estructuras de los países de América Latina, resulta difícil determinar la evolución de los precios, encareciendo sus costos¹⁴⁷.
- Endeble flujo de capitales en el mediano plazo, dirigidos a la producción agrícola, aumentando los costos de pequeños productores.
- Fenómenos medioambientales del niño y la niña, que por lo general afectan a los países subdesarrollados, donde la agricultura constituye la base de la economía
- El encarecimiento de los precios del petróleo sobre los alimentos, profundiza la inflación en las economías, ponderando los costos.

¹⁴⁴ FAO. El estado de los mercados de productos básicos agrícolas. (2009)

¹⁴⁵ “Las causas del aumento de precios y de la crisis alimentaria en el mundo”. Agro noticias. 18.02.11

¹⁴⁶ Benavides I. “Causas y Efectos de la Escases de Alimentos”. El Nuevo Diario. 15.06.11

¹⁴⁷ IICA. “El Aumento de los precios por causa de la sequía en Estados Unidos”. Nota técnica 07-12. San José Costa Rica, 31 de Agosto 2012.

- Una población creciente que ha hecho descender los ingresos reales de los campesinos. Avasallando las medidas de seguridad alimentaria.
- Supuestos excedentes de productividad, que no logran romper las barreras de proteccionismo en los mercados internacionales.
- El decrecimiento del consumo de los cereales, frente a los altos precios y su posterior descenso, ha ejercido presión, principalmente a los costos de las cadenas alimenticias. Vale aclarar que ésta reducción, antecede a la tendencia de producir alimentos ricos en proteínas, con un costo menor al de productos básicos

Cada uno de los factores de incidencia, sobre los costes de producción, permite acentuar la tendencia que han seguido, los costes de producción de los cultivos no tradicionales. Los costos, en materia de competitividad se hacen imperantes, al momento de producir. El sistema alimentario mundial ha impuesto altas barreras al desempeño de las agro industrias; lo que fácilmente se traduce en choques de demanda, dado que esta última, se vuelve inelástica, en respuesta a los precios estipulados por las empresas oligopólicas. Adherido a esto, se halla una demanda deprimida y mercados especulativos, en alimentos. Así por ejemplo el mercado Asiático, que ha sido el mayor demandante de alimentos, indica apenas un consumo del 7% en el último quinquenio.

En la búsqueda por el aumento de la productividad agrícola y la reducción de la pobreza, el comercio mundial ha buscado abastecer la demanda de alimentos con las elaboraciones de frutas, raíces y tubérculos, dadas las corrientes sociales de desigualdad, que adolecen a economías desarrolladas y en mayor grado, a países en desarrollo. Donde también, se ha llegado a considerar que América Latina, será la próxima despensa global¹⁴⁸, puesto que la diversidad de recursos con que cuenta la región, se estudia como parte de los cambios geopolíticos, económicos, tecnológicos, que harán descender los costos de producción y promoverá la generación de ingresos.

De esta manera, políticas e inversiones globales, han impulsado la expansión de la producción nacional de alimentos, reduciendo las pérdidas a nivel de finca, en cada uno de los ciclos de pos cosecha, aumentando así la eficiencia, que como ya se ha planteado, los ejes de acción, han incrementado los ingresos de pequeños productores (as). Sin embargo, una frontera agrícola creciente y en deterioro, enfrenta serios desafíos, a la hora de generar un excedente para exportación. Ajustándose tenuemente, a la tendencia comercial prevista durante este último quinquenio.

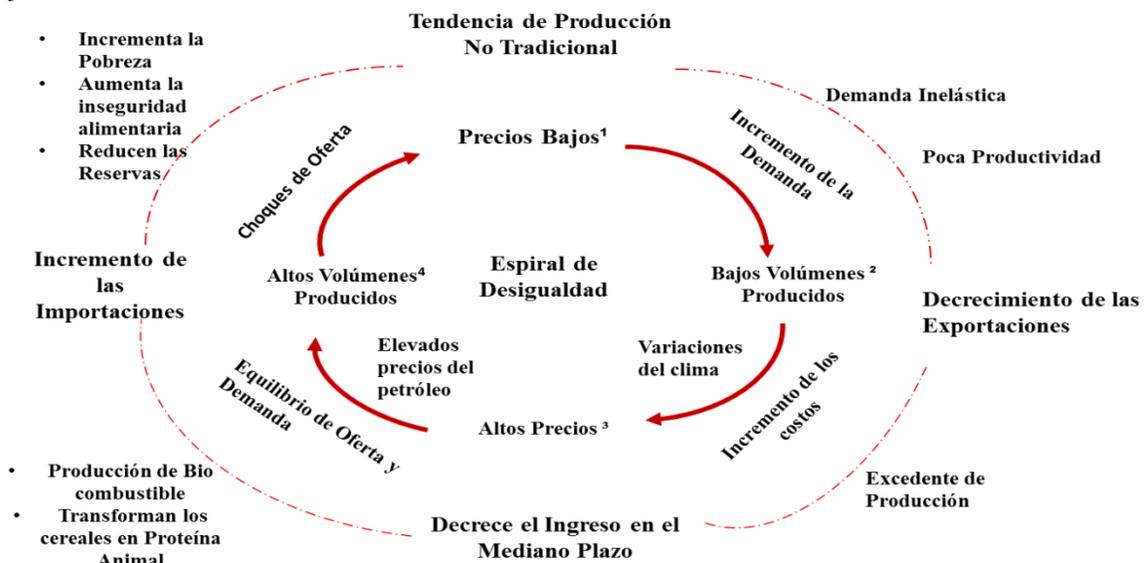
¹⁴⁸ BID. La Próxima Despensa Global. 2014

Cabe agregar, que el desenvolvimiento de los costos de producción, frente a las fluctuaciones de los precios, tiende a variar entre los países y en la escalas de productores tiene una mayor importancia, debido a que estos (productores), cuentan con características particulares entre las asociaciones¹⁴⁹. Elevados costos de transformar cereales en proteína animal, dada la amplitud en la demanda de élites, ha significado, una producción, que ha sido dedicada en favor del consumo animal y no al consumo de la población. El grado de desigualdad, que ha abatido a los mercados agrícolas internacionales, se ha tornado en pos de favorecer los gustos y preferencias, de éstos selectos grupos, a nivel mundial.

El aumento de la demanda para biocombustibles, sopesa, que la producción agrícola del maíz, es el producto más demandado para la elaboración de etanol, donde la sequía y/u las condiciones medioambientales (virus), de los países transformadores¹⁵⁰ de la materia prima, hacen que aun no siendo un producto agrícola no tradicional, represente un peso relativo a la paleta agro exportadora de éstos productos.

La incidencia que mantiene este rubro (maíz) sobre los costos de los no tradicionales, se explica, porque los productores se viran en pos de la producción de monocultivos, consintiendo la baja productividad y una concentración en la oferta de productos a nivel país. Y en cierto caso, estimule la producción no tradicional, con el mismo propósito. Por ello, se sintetiza la relación del costo de producir, frente a las fluctuaciones de los precios.

Flujo de la relación Precio-Costo de Productos No Tradicionales. No. 4.1.



Fuente: Elaboración Propia

¹⁴⁹ IICA. Volatilidad de los Precios en los Mercados Agrícolas (2000-2010). Boletín no.1. 2011

¹⁵⁰ Paz J; Benavides H. Evolución de los precios de productos agrícolas: Posible impacto en la agricultura de América Latina y el Caribe. Enero a Abril de 2008. Estados Unidos se presenta como uno de los principales productores del etanol.

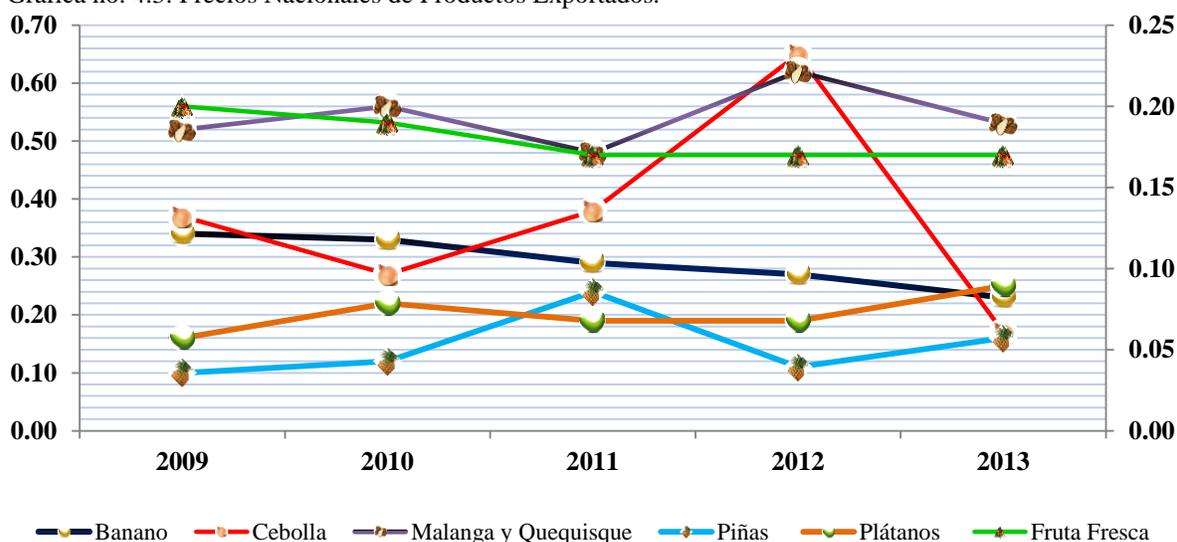
4.3. Precios Nacionales

Según el IICA, los cambios en las tenencias, se dan en periodos de mediano y largo plazo y obedecen a cambios estructurales en los determinantes de la oferta y demanda, en este caso de alimentos. Partiendo de esta concepción y del lapso de tiempo, que guarda la dinámica de productos agrícolas no tradicionales, a lo interno de la economía, se vislumbra que Nicaragua ha sido orientada por la tendencia internacional de los precios, donde, no todos los precios se han comportado igual, puesto que el país, ha contado con un rezago en su estructura productiva. A pesar de que ésta, ha impulsado la participación de productos que se hallan dispersos, a lo largo del tiempo.

4.3.1. Precios de Exportación

La cadena de mercados existente en el país, ha tenido una frágil disposición de los precios de productos alimenticios, en el que se ha permitido mayores incrementos, que precios de mercado sostenidos u en descenso. A diferencia de la perspectiva global, en la que los precios, se dieron al alza para un posterior descenso, los productos agrícolas no tradicionales, han marcado una etapa de alza, con un crecimiento promedio del 3%. Sin embargo, un poco disimiles, los precios de los productos de exportación, se presenta en tres categorías, que definen su tendencia al alza: Crecimiento Sostenido, Descensos y Casos Fluctuantes.

Grafica no. 4.3. Precios Nacionales de Productos Exportados.



Fuente: Elaboración Propia. CETREX. Eje derecho corresponde a la Fruta Fresca.

Los precios del banano de exportación se ubican dentro de la categoría en descenso. Esto se explica, por el alza generalizada de los precios, donde, las cadenas agroalimentarias, han insertado una corriente económica de producción y consumo, que ha suprimido las medidas de comercio justo¹⁵¹. Es decir, se viabiliza la venta del producto, muy por debajo de su precio real. La producción de bananos en Nicaragua ha contado con la certificación de un comercio justo. Sin embargo, los altos precios de los alimentos en los últimos años, ha subyugado las medidas de éste.

En el caso de las grandes cadenas de supermercados (como Wal-Mart), se cumple con el pago mínimo de trabajadores, que cuando los precios son muy bajos se suprimen estos pagos mínimos. En cuyo caso, los precios de la producción de bananos, dedicada a los mercados externos ha presionado a la baja. Adicionalmente, se podría decir que los más beneficiados han sido, los consumidores. Categóricamente la cebolla se define con constantes fluctuaciones, que presionan al alza en el mediano plazo. Al 2012, la hortaliza mostro un repunte del precio, que precedió, como parte de factores endógenos del clima, malogrando así, la cosecha del ciclo anterior¹⁵².

Además, de que se hizo presente, una mayor importación del rubro, que provoco el descenso de los precios, para su consecutivo repunte. No así, su participación, en el mediano plazo, denota con un decrecimiento del 54%. Asumiendo un precio promedio de 0.36 dólares por kilo de cebolla dedicada al mercado externo. Donde también, la producción de éste, alcanza un costo de 13,16 dólares el quintal. Existiendo un margen de la relación precio-costo de 0.32 dólares por kilo y una utilidad de 0.04 U\$ por cada 4 o 5 cebollas producidas al 2011.

Por su parte, la Malanga y el Quequisque, presenta un incremento sostenido, con un crecimiento alcanzado del 1.93% y un promedio de 0.54 dólares el kilo. Siendo superado por el crecimiento del precio de la piña, que oscilo un 60%, sin embargo, ubicada en un rango de los 0.14 dólares por kilo. Así el Plátano y la fruta fresca permanecen estables por debajo de los 0.25 dólares. En contraste, las frutas se muestran decrecientes (-15% en el mediano plazo). El precio de los plátanos evoluciona con un 56.25%, obedeciendo a ciertas políticas que han sido orientadas al mejoramiento de los precios internos al productor, marcando la senda hacia nuevos mercados.

¹⁵¹ “Bananos a Bajo Precio” ¿Quién Paga? Septiembre 24, 2014.

¹⁵² Mendoza F. “La Crisis de la Cebolla”. El Nuevo Diario. Sébaco Matagalpa. 28.02.13

4.3.2. Precios de Mercado

Por otra parte, la varianza de los precios internacionales dentro de los mercados locales se encuentra en dependencia del medio de transporte que utilicen, las diferentes cadenas agroalimentarias de los productos agrícolas no tradicionales y también del volumen de exportación. El abastecimiento del mercado, alrededor de los precios, como ya se ha hecho mención, recae no solamente en la infraestructura comercial que éstos posean, sino, de si se ha sabido superar el rezago estructural y se ha alcanzado, un mejor nivel de vida entre la población. En adición a esto, se encuentra el tipo de oferta por producto que se halle en el mercado.

Los mercados locales, cuentan con un mínimo estudio de inocuidad entre los productos, lo que los hace fácilmente perder calidad de los frutos y/u hortalizas. Para hacer una comparación de los precios, de los que disponen los consumidores a nivel de país, se estableció, de acuerdo a la base de datos del MAGFOR, una lista de productos agrícolas no tradicionales (basados en la lista del estudio), que se cotizan en tres diferentes mercados, con cierto grado de diferencia.

Los mercados entre sí, presentan similitudes en los precios, por lo que se puede ultimar, que éstos tienen una oferta regular. Mientras al 2013, el promedio de la papa, pagada a los productores en finca, oscilaba los 942 córdobas por quintal, un 29% superior a los C\$ 725 del ciclo anterior, la libra éste rondaba un promedio de 10 córdobas. Generando una utilidad de 58 córdobas por quintal.

Tabla no. 4.1. Precios Promedio de Mercado 2009-2013

Producto	Unidad	Oriental	Iván M.	Virgen de la Candelaria	Rango de Diferencia
Papa Blanca	Libras	10.54	10.57	9.25	Descenso
Plátano Grande	Unidad	3.37	3.65	3.75	Incremento
Ajo Importado	Libras	45.77	48.57	53.75	Incremento
Cebolla Blanca	Moño de 5-7 Unid.	13.37	14.56	12.5	Descenso
Banano	Docena	12.53	14.6	12.5	Sostenido
Melón	Unidad	27.87	27.05	35	Incremento
Piña	Unidad	21.49	21.34	27.5	Incremento
Pitahaya	Unidad	14.13	14.98	15	Sostenido
Sandía	Unidad	45.93	45.51	55	Incremento

Fuente: Elaboración Propia. MAGFOR

Los productos que responden al alza generalizada de los precios internacionales como nacionales, se encuentra: el plátano, ajo, melón, piña y la sandía. Estos precios, de los mercados populares, se mueven con una ligera subida que hace parte de la tendencia. Además se vislumbra que la mayor parte de productos, atienden la categoría de frutas.

Cabe recordar, que éstas dentro de los precios internacionales se mueven con menor fuerza que el resto de productos alimenticios. A esto se podría adherir, el hecho de la falta de infraestructura y ciclos dispersos de producción, provocan escases de éstos en los mercados, asimismo conllevándolos a la inflación y la merma del poder adquisitivo.

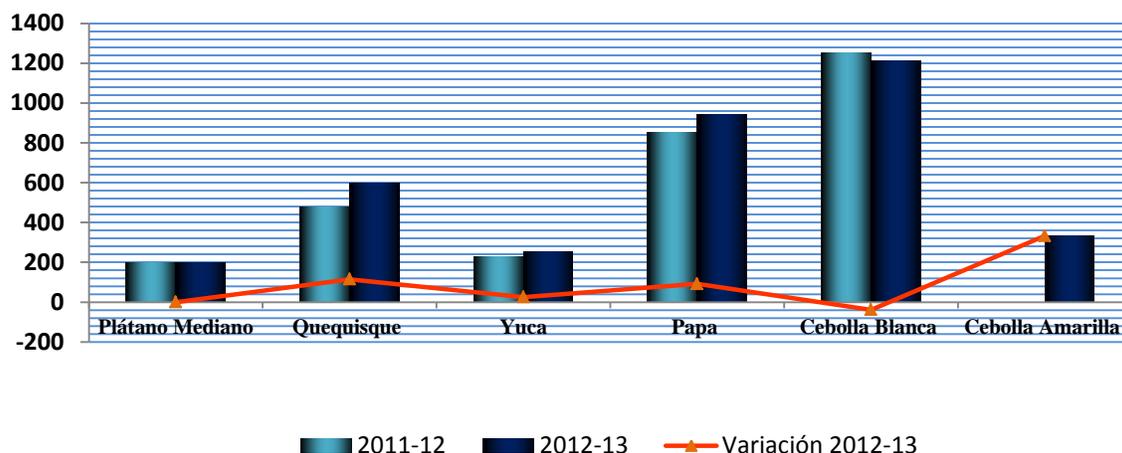
4.3.3. Precios Productor Nacional

La producción nacional, se muestra en el mediano plazo, con precios al alza, dado que los productos adolecen, las mismas deficiencias de su mercado. El Quequisque se presenta como un producto con poca oferta, dado que las zonas de cultivo, se sitúan en el Rama, confinando la generación de ingresos de los productores. Según el Magfor al 2012 el resto de verduras pagadas al productor permanece estable y de buena calidad, siendo provistas por los productores del departamento de Rivas, León, Masaya y Matagalpa¹⁵³. Donde además, el precio de la cebolla amarilla importada, mostro estabilidad, esto debido al incremento de la oferta en los mercados nacionales. En donde la producción nacional de cebolla blanca y amarilla, se ha desarrollado con una mayor consistencia, en los distintos mercados nacionales

Dentro de los productos que vislumbran con un mayor potencial en la producción agrícola no tradicional del ciclo 2012-13, son: el Plátano Mediano, Quequisque, Yuca, Papa, Cebolla Blanca y Cebolla Amarilla. Los precios promedios pagados al productor por estos cultivos, en el ciclo 2011-12, en Plátano Mediano, registra un precio promedio de 198 córdobas por cada cien unidades, manteniéndose constante para su posterior ciclo agrícola. Con respecto a los precios obtenidos durante el mes de Noviembre, entre ciclo y ciclo, alcanzó un crecimiento de un 4%, para luego ubicarse en su promedio ya mencionado. El Quequisque, un rubro al que se ha tenido poco acceso en los mercados nacionales, ha mostrado un promedio de 537.5 córdobas por sacos, ingresados a los mercados y/u supermercados, donde estos, asumen un volumen de tubérculos, que va desde de 100 a 120 libras por saco. Característico también, por su tendencia al alza.

¹⁵³ MAGFOR. “Reporte Semanal de Precios Agropecuarios”. Del 19 al 25 de Noviembre 2012.

Grafica no. 4.4. Precios Promedios al Productor Nacional



Fuente: Elaboración Propia. MAGFOR

La yuca muy cotizada dentro de los mercados, tanto para uso particular, como para su uso comercial (semi procesada), ha establecido un precio más estable, como en el caso del plátano. El precio pagado a los productores de Yuca, entre estos cuatro últimos ciclos, oscilo los 242.5 córdobas, con una variación nominal de veinticinco córdobas por ciclo. La oferta del rubro, es distribuida a sus intermediarios, a través de sacos de 100 a 120 libras. El rubro de la Yuca ha sido promovido, como un rubro potencial, dado su valor nutricional.

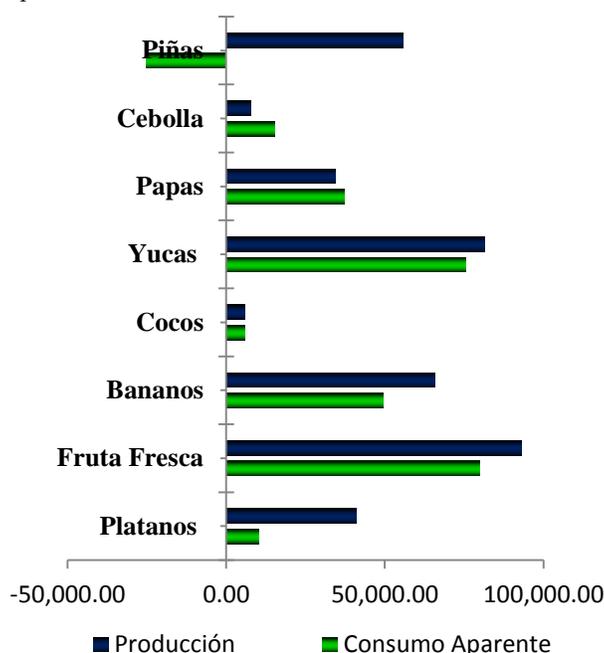
Esto le ha convertido en una fuente de ingresos y de desarrollo en segmentos rurales altamente empobrecidos. Asimismo la Papa, como una hortaliza, con un alto contenido de valor nutricional, se ha incorporado con altos estándares en los últimos años, donde se ha presentado con precios regularmente estables. El precio promedio oscila unos 896 córdobas por quintales. La variación nominal entre los ciclos, es de 92 C\$ el quintal.

Por otra parte, el precio del cultivo de la cebolla, se presenta un tanto controversial, dado que éste, se ha provisto de una serie de factores económicos. Atribuyendo déficit de su balanza comercial. Este ha descendido, por presiones económicas alternas (mayor importación y clima), presentados en sus tipos de cultivo: Cebolla blanca (1,232 C\$) y Cebolla amarilla (333 C\$). Cabe agregar, que esta última se hace presente en el último ciclo, dadas las condiciones planteadas.

4.4. Consumo Aparente y Precio de Mercado Regional

A lo largo del estudio, se atiende los diversos puntos que han estimulado el alza en los precios a nacionales. Sin embargo, el nivel de consumo de estos productos, ha sido una de las variables omitidas dentro del estudio. Esta es imperante en las fluctuaciones de los precios, de manera tal, que se encuentra basada en la disponibilidad y/u acceso con que cuentan los productos para presentar variaciones en su valor. Así, la demanda potencial de los cultivos, se inclina en mayor propensión, al consumo de frutas, en conjunto de la yuca.

Grafica no. 4.5. Consumo Aparente en TM 2009-2013



Fuente: Elaboración Propia. FAOSTAT/MAGFOR/DGA

Por consiguiente, se observa que los productos que cumplieron serias fluctuaciones en los precios de sus exportaciones como: el banano, la piña y la cebolla, corresponden a ciertas variantes de consumo aparente. Los bananos tienden a ser demandados condicionalmente por las preferencias de los consumidores en la oferta de frutas. Así el consumo de estos, se encuentra desplazada hacia una menor escala por otros productos característicos en la dieta nacional.

La piña, por su parte, muestra una demanda negativa, en relación al consumo nacional. Aun cuando presenta niveles de producción superiores a ésta, se asocia a la idea de un rubro exportable en su totalidad. Como se muestra en capítulo tres, esta fruta realza hasta el 2012 en sus exportaciones.

Además, en Nicaragua el consumo de piña es diferente al consumo extranjero, puesto que la cultura nicaragüense aprecia más el tamaño del producto, que la calidad y la presentación del fruto. Por otra parte se asume la existencia, de un porcentaje considerable de consumo (90 %), puesto que la producción nacional está radicada en la variedad “Monte Lirio” que tiene un alto índice de aceptación en el territorio debido al tipo de presentación grande y acida¹⁵⁴.

La piña es comúnmente consumida como fruta fresca en rodajas, en ensalada de frutas o licuada para obtener jugo. Sin embargo, también se le usa para hacer jaleas, vinagre, conservas, alcohol, vinos o como un ingrediente que ablanda algunas carnes. Casi nada se pierde de este fruto, pues sus desechos pueden usarse para la alimentación animal. Por tal razón, es que se asume una producción de autoconsumo dentro las zonas productivas. Adherido a esto, se encuentra la cebolla, un rubro altamente vulnerable a la estructura productiva del país.

La cebolla, se muestra con un consumo superior a la producción del mediano plazo; lo que a nivel de precio, explica las fluctuaciones constantes de la hortaliza. El desabastecimiento del producto, se ha inclinado por la importación del rubro, en la dieta alimenticia nacional. La demanda tanto a nivel nacional como internacional tiene un comportamiento creciente, debido a las nuevas corrientes en los hábitos de alimentación que actualmente se propagan por el mundo, constituyendo la cebolla un producto apetecido por sus beneficios en materia de condimento alimenticio y sus propiedades en el campo de la salud.

Este grupo de productos, en el abastecimiento del mercado, replica lo que se mencionaba en el acápite no. 2 de este documento, sobre la oferta domestica frutícola y hortícola, dado que se demuestra una demanda potencialmente abastecida, empero de ciertos casos, tales como: la papa con un ligero desajuste en el abastecimiento, en un caso especial se muestra la cebolla y la piña nacional, que finaliza con un consumo interno supuesto. También, al analizar la evolución de los precios a nivel nacional, se considera importante cuantificar las variaciones de la sumatoria del consumo aparente total de una canasta de productos perecederos como lo son los no tradicionales. Utilizando la misma cesta de productos del gráfico no. 3, se muestra el nivel de consumo existente en los últimos cinco años.

¹⁵⁴ Molina J; Bello S. Estrategia de Comercialización (piña y pitahaya). Diciembre 2011

Tabla no. 4.2. Consumo Aparente Toneladas

	Consumo Aparente	Población	Consumo Per Cápita TM
2009	-46550.22	5850.5	-79.56622511
2010	306057.30	5923.1	516.7181037
2011	330881.18	5996.6	551.7813094
2012	324837.26	6071	535.0638445
2013	326241.74	6146.4	530.7850774

Fuente: Elaboración Propia. BCN/FAOSTAT/MAGFOR/DGA

El consumo por tonelaje de los productos indicados, apuntalan un mayor consumo dentro de periodo 2011. Donde se evidencia nuevamente, que los productos que estimulan un mayor consumo entre la población, han sido: las frutas frescas y la yuca. El 2012 remarca la tendencia que han traído los productos agrícolas no tradicionales a los mercados. De manera tal, que los productos han marcado la pauta de producción, consumo y comercialización. Es necesario señalar, que el valor negativo del consumo (2009), es considerado parte del referente de datos, al ser éstos compilados por distintas fuentes¹⁵⁵.

4.5. Precio Mercado Centroamericano

Siendo el mercado agrícola no tradicional estrecho, en comparación de otros mercados del país y/u a nivel regional. Su desarrollo se ha hecho notar en los precios de productos específicos, que han logrado trascender el área comercial del país.

Según el MAGFOR los productos que vislumbran con mayores fluctuaciones se asumen dentro de la categoría de raíces y tubérculos. Estos retoman precios superiores a los de la región, encontrándose así: la papa y la cebolla; vislumbrando siempre con una tendencia al alza, No obstante, el precio de la cebolla, que presenta un descenso de sus precios, resulta mucho más atractiva al 2013 que la oferta de los demás países Centroamericanos. Que como bien, se ha enunciado estos productos tienden a bastecer a la demanda interna con una mayor importación.

¹⁵⁵ Adicional a esto, se toma en cuenta, que la formulación del consumo aparente, que cifra en el cociente de la sumatoria de la producción y las importaciones, menos las exportaciones, sobre el número de habitantes de un país dado. Hallándose así, que su valor negativo no precede de un excedente del consumo sobre la producción, sino de sus referentes de datos.

Tabla no. 4.3 Precio Regional

		Nicaragua	El Salvador	Honduras	Guatemala	Costa Rica
Papa	2012	0.86	0.37	0.51	0.51	0.73
Cebolla Amarilla		0.67	0.59	0.60	0.65	1.09
Papa	2013	1.06	0.55	0.66	0.0	1.03
Cebolla Amarilla		0.42	0.66	0.52	0.55	1.46

Fuente: Elaboración Propia. MAGFOR

En el 2012, los precios de la papa a nivel regional, se muestran superiores al del resto de países de la región. Consecutivamente Costa Rica destina la oferta de productos al alza, el precio ofertado de la cebolla en Nicaragua fluctúa, decreciendo en un 37%, no así, para el caso de la hortaliza Costarricense, que se incrementa en un 34%. Según la FAO, las exportaciones de papa, han sido orientadas principalmente a mercados como: Costa Rica, Estados Unidos y Honduras. Mientras el mercado de la cebolla a precios fluctuantes, ha abastecido mercados como: Costa Rica, El Salvador, Panamá y Estados Unidos.

Dentro de los mercados, que se tornan disímiles a la tendencia alcista y regularmente estables, se encuentran: El Salvador, Honduras y Guatemala. Finalmente los precios de estos dos últimos productos, se muestran en general un 6% estable, resultando así un 4% inconsistente para el resto de la región. Como se sabe, las economías de mercado resultan siempre diferentes, de acuerdo a la estructura que los sostiene. El resultado de los precios, en el comercio mundial, regional y nacional, alrededor de la crisis, ha trastocado fuertemente estas estructuras, dado que la región obtiene bajos volúmenes que afectan la estabilidad de los precios. Esto, también se adhiere, al comportamiento de una ligera inversión en el campo de los cultivos no tradicionales.

En Nicaragua, la base de los productos es endeble y hasta supuesta. Los productos carecen de financiamiento y el sector se ve impulsado por pequeños productores, que han percibido la existencia de fluctuaciones cíclicas. Las características de este sector, se asumen dentro de un mercado monopólico donde unas cuantas acopiadoras recogen la producción y estipulan los precios a nivel nacional.

5. Política Comercial

5.1. Marco Jurídico

El desarrollo del marco jurídico, se vincula a una política comercial, que divide la producción agrícola en tres macro-regiones; esto ha delimitado los suelos del país, como los más fértiles y productivos de América Central. Definiendo de esta manera, el potencial que se usualmente se atribuye a los productos no tradicionales. Además, de que éstas retoman cierta importancia, dada, la forma de comercialización y/u producción de los cultivos, en zonas específicas, así como, las condiciones socio-económicas (seguridad alimentaria), a las cuales ha hecho frente este subsector. En cuyo caso, éstos se han amparado de estatutos que actúan en favor de la producción agrícola.

Macro Región Pacífica: La integran los departamentos de Chinandega, León, Managua, Masaya, Granada, Carazo y Rivas. Esta zona es la que representa mayor desarrollo económico, sustentado principalmente por la actividad agropecuaria, industrial y comercial. Posee suelos de uso amplio, considerados como los mejores del país para la producción de diferentes cultivos.

Macro Región Central: Comprende los departamentos de Matagalpa, Jinotega, Boaco, Estelí, Madriz y Nueva Segovia. Sus suelos son aptos para la producción de café, granos básicos, tabaco, hortalizas y cultivos no tradicionales: como las papas, la cebolla, el ajo, jengibre, entre otros, que se orientan más hacia al sector ganadero (carne y leche), constituyendo así, su principal actividad económica. También, se observan condiciones favorables para la producción de pinos, flores y helechos.

Macro Región Atlántica: La integran la Región Autónoma del Atlántico Norte (RAAN), la Región Autónoma del Atlántico Sur (RAAS) y el departamento de Río San Juan. Las principales actividades económicas de la zona son la extracción de minerales como el oro, la pesca industrial y la comercialización de maderas finas. Su riqueza natural representa un gran potencial para el desarrollo del ecoturismo¹⁵⁶. Empero, que en los últimos años, ésta se presenta como áreas dedicadas a la producción no tradicional, dado su potencial en el recurso hídrico. Principalmente de productos tales como: el Quequisque, la Yuca y la Malanga. También, presentándose una tendencia de producción ganadera. Vale mencionar, que esto, ha contravenido la cultura étnica de la costa caribe del país.

¹⁵⁶ CEI. "Potencial de los Suelos de Nicaragua". Public. Sección Nicaragua; Información General. Managua (2014).

Asimismo, dentro de los sectores económicos favorecidos por la política comercial, se presenta con un auge significativo la producción orgánica, la cual, ha expandido su mercado en los últimos años, mostrando una forma de producción agrícola en productos como: miel, ajonjolí, café, hortalizas, frutas tropicales y otros. Los productores que trabajan bajo esta modalidad se sitúan en los departamentos de: Estelí, Madriz, Matagalpa, Jinotega, Rivas, León, parte de Chinandega, Boaco y la zona de Nueva Guinea y Muelle de los Bueyes. Los productos agrícolas no tradicionales característicos dentro de este estudio, hacen parte de ello, aunque la base del estudio sea su comercialización y no su producción; cabe agregar, que esto atiende un área importante a la hora de generar ingresos de forma sostenida y amigable con el medioambiente.

De esta manera, las leyes que promueven un marco jurídico sólido, han sido complementadas, por las características esenciales que presenta la política comercial (macro-regiones), siendo que en los últimos años, ésta se ha movido en pro, del impulso de las exportaciones agrícolas no tradicionales. Y no solo así, ha buscado el desarrollo socio económico a través del crecimiento del subsector (por ejemplo la industria). De esta manera, el uso de los recursos naturales, forja el marco legal de los no tradicionales en el mediano plazo. Donde vislumbran también, programas de reconversión productiva. Vale agregar, que éste se encuentra fundamentado en la Constitución Política de Nicaragua.

Adherido a este marco, se encuentran las condiciones de comercio justo por las cuales a los productos no tradicionales tienen mucho camino por recorrer, para poder alcanzar así, la tecnificación de los cultivos. En materia de política comercial, esto se podría traducir, en una mayor competitividad del mercado no tradicional. Actualmente, el país cuenta con leyes que favorecen la inversión extranjera, pues siendo Nicaragua un país en desarrollo, existe una gama de opciones en las que se puede invertir y en las cuales ha resaltado el sub sector no tradicional, para el este último lapso de tiempo.

Las preferencias arancelarias que otorga el país, en virtud de su política comercial son los Tratados de Libre Comercio y Acuerdos que se han suscrito de forma bilateral, regional o como parte del Mercado Común Centroamericano (MCCA); cuyos objetivos son estimular la expansión y diversificación del comercio entre las partes; eliminar los obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de mercancías; además de promover condiciones de competencia leal; y aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión¹⁵⁷.

¹⁵⁷ Doing Bussine Nicaragua. Guía del Inversionista 2014-2015

Tabla no. 5.1. Marco Jurídico del Sector Agrícola

Marco Jurídico	Política Comercial	Comercio Justo
<p>Garantizando el Derecho a la Propiedad Privada: Art. 44 Se garantiza el derecho a la propiedad privada de los bienes muebles e inmuebles y de los instrumentos y medios de producción.</p>	<p>Condiciones Favorables a los Inversionistas</p>	<p>Se trabaja con dignidad, respetando los derechos humanos</p>
<p>Respeto por el Medio Ambiente: Art. 60 Los Nicaragüenses tienen derecho de habitar en un ambiente saludable. Es obligación del estado, la preservación, conservación y rescate del medio ambiente y de los recursos naturales</p>	<p>Crecimiento y Desarrollo Sustentable y Sostenible</p>	<p>Se valora la calidad y la producción sostenible Se cuida el medio ambiente</p>
<p>Seguridad y Soberanía Alimentaria y Nutricional: Art. 63 Es derecho de los nicaragüenses estar protegidos contra el hambre. El estado promoverá programas que aseguren una adecuada disponibilidad de alimentos y una distribución equitativa de los mismos</p>	<p>Impulsar el Comercio, Salvaguardando las medidas de seguridad alimentaria (abastecimiento del mercado interno)</p>	<p>Salario Real, que permita condiciones de vida digna Se busca, la manera de evitar intermediarios entre productores y consumidores Se informa a los consumidores acerca del origen del producto</p>
<p>De la participación de los trabajadores: Art. 101 Los trabajadores y demás sectores productivos, tienen el derecho de participar en la elaboración y ejecución de los planes económicos</p>	<p>Programas Económicos Inclusivos</p>	<p>Los productores forman parte de cooperativas voluntariamente y funcionan democráticamente Libre opción, en rechazo a los subsidios y ayudas asistenciales</p>
<p>Facilidades de Financiamiento: Ley no.640 Ley creadora del Banco de Fomento a la Producción (Produzcamos) (2009)</p>	<p>Crédito Justo, que agilice el comercio entre los países</p>	<p>Igualdad entre hombres y Mujeres Los compradores por lo general pagan por adelantado, para evitar que los productores busquen otra forma de financiarse</p>
<p>Beneficios Tributarios a la Exportación: Las Exportaciones de bienes de producción o servicio prestado al exterior se les aplicara una tasa del 0% de impuesto al Valor Agregado (IVA)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Deslizamiento Cambiario del 5%. En fomento a las exportaciones • TLC 	<p>Medidas Antidumping y/u proteccionismo</p>

Fuente: Elaboración Propia.

Al ser aún, el mercado agrícola no tradicional, un subsector que subyace del sector agrícola, los ejes de acción aquí definidos, presentan el grado de compromiso legal y comercial de los cuales carecen y/u adolecen los cultivos no tradicionales, en todas las formas de producción planeadas en su último quinquenio. Es de esta manera, que las condiciones favorables a los inversionistas, se ajustan eficazmente a una dinámica productiva que aún no figura dentro de la producción no tradicional. Esto, se explica porque los medios de producción y la áreas de cultivo, a los que han tenido acceso los pequeños productores son reducidas (1 manzana) y con pocas posibilidades de expandir su producción. No respetándose así los derechos humanos.

El desarrollo de un marco jurídico, que favorece a la expansión productiva, también ha traído consigo, la dispersión de la cultura étnica, dado el avance de una frontera agrícola que se ha situado, no directamente en la macro región pacífico u central, posibilitando el menoscabo estructural del país, al mismo tiempo, de productos incipientes dentro de ésta área. Por su parte, el cuidado del medio ambiente, desde la perspectiva no tradicional, muestra un rezago, que ha contenido bajos estándares de calidad por parte de los productos ofertados al mercado nacional y extranjero. La escasez de los recursos, ha limitado a pequeños productores, sobre el uso de técnicas sustentables en pro del cuidado del medio ambiente.

La soberanía alimentaria, juega un rol significativo dentro de este sub sector; siendo que ésta, ha sido situada, mayormente bajo un enfoque de auto consumo y no de comercialización. En el mediano plazo, los productos agrícolas no tradicionales, han demostrado, el contenido de su valor nutricional dentro de la dieta alimenticia de las familias, en donde, los sectores altamente empobrecidos comprenden un porcentaje mayor del consumo. Los productos sobre pasan, las medidas del comercio justo, con un salario real, que no supera los estándares de vida, avasallando la seguridad alimentaria. Además, la cadena de productos, se halla en relación directa con intermediarios, que se han dado a la tarea de abastecer el mercado interno y realizar la función logística de la producción agrícola no tradicional. Finiquitando, que el comercio justo, bajo este marco, cumple sus requerimientos. Empero de la intervención que sufren, para su colocación en los mercados, que podría estar alterando sus precios.

De la participación de los trabajadores, en los planes de producción, los cultivos no tradicionales, han contado en manera, de la dirección de productores en los programas que ha desarrollado el gobierno y la cooperación externa para las distintas zonas productivas. La inserción de estos programas, en cumplimiento a este marco jurídico, ha estado sujeta a la expectativa de los productores de si acceder a subsidios y/u ayudas asistenciales. Donde la producción no tradicional, caracterizada por el cooperativismo de los productores, figura con mayor atención hacia la asistencia técnica, requerida para aumentar los volúmenes de producción. En tanto, que los planes de subsidios a este sector, para comercializar los productos, se hallan supuestos.

En el caso del financiamiento, éste se hace escaso frente a la demanda; empero, de la oferta financiera, que ha establecido el Banco Produzcamos, como un ente financiador que promueve, la diversificación de cultivos. El crédito justo, que ha promovido la política comercial, ha incentivado la producción exportable, sin menoscabo del mercado interno a través de la aplicación, administración y negociación comercial¹⁵⁸. Los productores en los últimos tiempos, enfrentan serios desafíos, principalmente ante la falta de garantías, que adolecen al sector de las facilidades de créditos. Al mismo tiempo, que el componente del crédito transgrede la normativa de facilitarles al crédito, entre los distintos gremios productivos (igualdad).

Asimismo, los beneficios tributarios a la exportación que pretende promover, la agregación de valor entre para productos exportables, está siendo favorecido por un impuesto del 0%. En donde, los cultivos no tradicionales se muestran, con una sutil respuesta a la industrialización y exportación. Adicional a esto, se hallan las concesiones de política cambiaria, bajo el Programa Económico Financiero 2013-2016. En cuyo caso, esta ha seguido siendo la principal ancla de los precios domésticos, mediante un régimen de deslizamiento del 5.0 por ciento anual.

Las exportaciones de cultivos semi procesados, simulan una mejoría, frente a este estímulo. No obstante, las restricciones del actual régimen, en cuanto a lograr tasas de inflación más bajas, similares a las del promedio de la región centroamericana, en el mediano plazo se continuará estudiando esquemas cambiarios alternativos, para determinar la conveniencia de una transición gradual para la economía nicaragüense¹⁵⁹. Replicando lo que se planteaba en acápite tres de los precios a nivel regional.

¹⁵⁸ MIFIC. Seguimiento de la Política Comercial de Nicaragua 2012.

¹⁵⁹ GRUN. Nicaragua; Programa Económico- Financiero 2013-2016. Managua, Julio de 2013.

5.2. Normas de Exportación e Importación

Estas se rigen por medio de los destinos de exportación e importación que ha logrado obtener el país. La cuota de mercado establecida hasta ahora, ha estimulado la diversificación del sector agrícola; permitiendo un auge significativo de los cultivos en los últimos años. Entre los principales mercados por destinos de estos productos, vislumbra el mercado Europeo y Estados Unidos. Donde la segmentación de estos mercados, ha devenido como parte del impulso de TLC que se han constituido, sobre la base jurídica del país. Las normas y procesos de comercialización que rigen a los cultivos, parten de las especificaciones técnicas de los productos.

Estas especificaciones técnicas, se ajustan a variables tales como: las temporadas recomendadas, en las que los productos elevan los volúmenes producidos y se propicia las variedades potenciales dentro del mercado nacional. Además se brinda, aspectos logísticos de los frutos u hortalizas ofertadas, es decir, información sobre tipo de suelo de siembra, climas, zonas del país recomendadas (macro-regiones) para cultivar este tipo de rubros. El ciclo vegetativo (tiempo de maduración), es otra de las variantes, que regulan las entradas de los productos hacia mercados exigentes. Asimismo, el manejo integrado de plagas y enfermedades está ligado a éste componente.

Los estándares de calidad, son el patrón esencial que guía la demanda y permite su fácil introducción; la apariencia fresca, su color y tamaño hacen parte de este proceso de despegue comercial, que deben tener los productos agrícolas no tradicionales y que hasta ahora, no acaban de superar. También, la dependencia de los productos, de acuerdo a los estándares de empaques, ha sido un rezago dentro de estos, dada la capacidad limitada, de los recursos, operativos, logísticos y económicos, que pueda admita un empaque de calidad.

El transporte, que como anteriormente se hacía mención, se ha escudado dentro de las rutas portuarias de los vecinos países de Costa Rica y Honduras, viabilizando el continuo despegue de los productos. Además del puerto de Corinto y Rama, que han funcionado, principalmente como vías de embarcación de los productos primarios. Un último punto que tocan las normas generales de regulación agrícola, en la exportación e importación, son los precios de referencia destinados a cada mercado.

5.2.1. Normas de introducción al mercado Europeo

El mercado Europeo, se ha desempeñado como el mayor demandante de cultivos no tradicionales en los últimos tiempos; así, la segmentación geográfica que cubren los cultivos, se halla fragmentado en dos grupos de productos, el de fruta fresca y congelada que ha generado cuantiosos flujos, dada la agregación de valor y el de hortalizas que abarca una cuota de mercado que va desde la Unión Europea, lo que rige el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, hasta el este de Asia. También, cabe recalcar, que a nivel mundial, el un aumento de la demanda de frutas y hortalizas, se debe a diversas razones, que van desde una mayor preocupación por la salud y cambio de estilos de vida, que se adhieren principalmente a los países más desarrollados, permitiendo una mayor admisión de los productos.

Por otra parte, es necesario mencionar, que la existencia de una cadena productiva poco competitiva, ha demarcado las normas de regulación internacional, dado que los cultivos ofertados por pequeños productores, incipientes en una cultura de exportación, se han desarrollado de forma disgregada, limitando las especificaciones técnicas que se requieren a través de ciclos continuos de producción (por ejemplo temporadas de cultivo recomendadas). En esto subyace, la naturaleza limitada de afrontar las exigencias de los mercados demandantes de frutas y/u hortalizas.

En el caso de las frutas que son demandas por el mercado Europeo, estas son ordenadas principalmente en segmentos geográficos a los cuales son destinadas. Así, los gustos y preferencias de los consumidores segmentados, se inclinan en principio, por los cultivos autóctonos, esto previsto para la zona sur, en mercados como: España e Italia.

Los países del norte, presentan sesgos comerciales, que se anudan a la oferta sugestiva de estos, empero de la calidad de los productos, que los definen como los más exigentes de la región, entre estos: Suecia, Dinamarca y Finlandia. También, el occidente de la región vislumbra con una ligera aceptación hacia las frutas fresca, manteniéndose constante durante los últimos años. Los países más apremiantes en demanda son: Países Bajos, Alemania, Reino Unido y Bélgica. Finalmente los países de que se ubican dentro de la zona este de la Unión Europea, están: Polonia Rumania y República Checa, los cuales se presentan como un mercado prometedor.

En conjunto de esto, se presentan las normas y/u requisitos que han hecho parte del acceso a estos mercados, en los últimos años. Se concibe que dentro de las normas que rigen a estos mercados, se encuentren cuatro tipos de requisitos¹⁶⁰:

- Los Obligatorios o Legales
- Los Adicionales: Certificaciones de un comercio justo
- Requisitos Generales: Certificado de factura, certificado de origen y documento único administrativo.
- Requisitos Específicos: Se definen entre estos: Control de contaminantes alimenticios, control de residuos de plaguicidas, control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal, etiquetado de productos alimenticios y control fitosanitario. Así, productos tales como: los frutos de la pasión y/u la pitahaya deben enfrentarse a esta base de legalidad.

Existe una serie de requisitos adicionales, que tienen una presencia significativa en la compra de los productos, que se hacen difíciles de determinar, puesto que varían entre sí, de acuerdo a los gustos y preferencias de los compradores del mercado Europeo local. La base de éstos redonda, en aquellos que aseguran la calidad y seguridad de los frutos a través de las certificaciones de buenas prácticas agrícolas. Igualmente, este tipo de certificación es brindada por la aduana, en las zonas de embarcación. Requisitos sociales, que hacen parte de la demanda de mercados Europeos, por lo general, se ajustan a las reglas del comercio justo; entre ellas, las que tienen una base en los asuntos laborales, como bien era explicado en la tabla no. 1 normas como las de salarios reales, que permita condiciones de vida digna.

Es necesario recordar que en Nicaragua, la certificación de un comercio justo, está asentado principalmente para productos como: la fruta fresca y el banano. Los requisitos sociales en estos dos rubros han tenido gran incidencia en la aceptación de los cultivos. Además, la participación de certificadoras Europeas, han mostrado una alternativa eficaz, aperturando un acceso fácil a los productos que tienden al uso de técnicas convencionales. Particularmente el país, ha contado con esta alternativa, dado que sus estándares de calidad y cumplimiento del comercio justo, siguen presentando una oferta endeble.

¹⁶⁰ CEI. “Análisis de Cadena de Valor”.CV19

La normativa medioambiental, que rige a los cultivos es poco controlable, ya que en un mercado tan abierto y estrecho en materia de comercialización, los cultivos se ofertan con un uso mínimo (1% en maco región central y atlántica) de pesticidas. La certificación orgánica en los cultivos, está supuesta para ciertos casos. Sin embargo, esto representa una oportunidad para encontrar compradores. Este tipo de certificación, está en dependencia de la normativa y capacidad que tenga el país de origen (Nicaragua) para detallarlas. Un último aspecto importante, son los requerimientos corporativos y/u logísticos que se puedan añadir a las frutas, como el etiquetado y las marcas de productos semi procesados.

Las medidas de inocuidad, que se exigen al mercado de Hortalizas, enfrentan retos un tanto disimiles al de los mercados ofertantes de frutas; explicándose, por el grado de fragilidad que presentan sus proveedores, una estructura informal y un eslabón productivo que obedece primeramente a la certificación de grandes conglomerados y que además, se han establecido en cercanía de los productores, vinculando una cadena de intermediarios, que no alcanza los requisitos de comercio justo. Adicional a esto, cabe recalcar, que la producción de estas, no cumple el requisito de temporadas de cultivos recomendadas, dado su grado de vulnerabilidad. Es así, que el acceso de las hortalizas tiene un cronograma separado para cada ruta de comercio.

Los cultivos de raíces y tubérculos se amparan de los canales de comercialización que se encuentran en el mercado Centroamericano y/u el tratado de libre comercio ADA. La salvaguardia de algunos productos en específico, se da a través de la mejoría en sus niveles de importación, dentro de un año específico. En cuyo caso, las hortalizas han emprendido en pos de una ligera comercialización, dirigida hacia la Unión Europea. Siendo, que no existe una norma técnica, que defina con claridad las especificaciones de calidad de las hortalizas. Paralelamente, su acceso se ve dificultado, dado que hasta ahora, los compradores locales se hacen un poco escépticos a la oferta¹⁶¹.

5.2.2. Normas de Introducción al Mercado de Estados Unidos

El mercado de Estados Unidos, ha estado más enfocado en la importación de frutas secas y congeladas; dentro de las cuales han destacado: Piñas, mangos, bananos, frutas del dragón (pitahaya), marañón orgánico de manzana, entre otros, que hacen parte de las frutas secas. Por su parte, las pulpas de frutas congeladas asumen una lista similar, adhiriendo productos como: Maracuyá, Noni y Guayaba.

¹⁶¹ FAO. "ACV Hortalizas". 2012

Entre las normas obligatorias de calidad de mermeladas de Nicaragua se encuentran: que la fruta fresca sea, sana y limpia, sin semilla, incluyendo pulpa, conteniendo todos los sólidos solubles naturales.

Dentro de los criterios de calidad, a los que el producto final debe presentar son: una textura viscosa o semisólida, tener un color y sabor normales para el tipo de frutos cítricos empleados, teniendo en cuenta el sabor comunicado por los ingredientes facultativos. El producto debe estar prácticamente exento de semillas o partículas de semilla, materias vegetales extrañas, y debe estar moderadamente exento de otros defectos que normalmente acompañan a las frutas¹⁶².

Estos criterios que a manera general, regulan las frutas semi procesada que importa el país del Norte, entre algunos otros Centroamericanos, cuentan con una lista formal de los requisitos demandados por este país. Cabe agregar, que en este caso, Nicaragua ha logrado superar patrones de consumo, rindiendo cierta información, acerca del origen del producto. Entre estas:

- Etiquetado General de los Productos previamente envasados
- Manipulación de alimentos, requisitos sanitarios para la manipulación
- Almacenamiento de productos alimenticios
- Requisitos mínimos de calidad e inocuidad para la piña, jalea de guayaba
- Alimentos procesados. Procedimiento para otorgar la licencia sanitaria a fabrica y bodegas
- Buenas Practicas de Manufacturas
- Base de criterios para la inocuidad de los productos
- Procedimientos básicos para la inspección visual de los lotes de alimentos envasados
- Aditivos utilizados en el procesamiento

La oferta de productos semi procesados, aun, con un porcentaje mínimo de exportaciones, guarda estrecha relación con las medidas exigidas por este mercado importador, dado que presenta una oferta interna, a la cual también, le brindan información acerca de los atributos y/u origen de producto.

¹⁶² JICA. “Estudio del Mercado de Japón para Frutas Procesadas Nicaragüenses”. Febrero 2013

En el endeble caso de las hortalizas, las normas de los cultivos es análoga a la oferta que se ha hecho al mercado Europeo, con la particularidad de que estos, se rigen bajo el tratado de libre comercio de América del Norte. Paralelamente, las hortalizas tienen una participación escasa, como productos frescos y procesados dentro de este periodo. Sin embargo, se sabe que estas se ajustan a las mismas medidas. Por último, ambos grupos de cultivos, se hallan en proceso de estudios, para obtener acceso al mercado asiático.

5.2.3. Normativas Comerciales¹⁶³

Cada una de estas normativas, puntualiza los requerimientos de los principales escenarios, al momento de exportar, en cuyo caso, cultivos no tradicionales.

- a. Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR): Es el encargado de emitir la Constancia de Certificación Fitosanitaria para exportación. Certificar productos para la exportación corresponde a la Dirección General de Protección Fitosanitaria (DGPSA), definida como: un área de inocuidad agroalimentaria, quien coordina, facilita y ejecuta la inspección oficial higiénico-sanitaria de alimentos de origen animal y vegetal.

Al mismo tiempo, de supervisar, inspeccionar y certificar la condición sanitaria de rastros, plantas procesadoras de productos y sub-productos de origen animal y vegetal, destinados al consumo nacional e internacional, así como de empacadoras, medios de transporte y otros, para producir alimentos inocuos y seguros para el consumo externo e interno, dando cumplimiento a los acuerdos y compromisos firmados en los tratados de libre comercio, OMC, CAFTA y Unión Aduanera.

- b. La funcionalidad del Centro de Trámite de las Exportaciones (CETREX), es ejecutar y/u centralizar las funciones específicas, de entidades públicas que atienden los trámites relacionados con las exportaciones, así como agilizar dichos trámites. Funciona, además, como ventanilla única, en la que el exportador puede realizar todos sus trámites y facilitar las exportaciones.

5.3. Tratados de Libre Comercio

Los intercambios comerciales, a los cuales ha hecho frente el mercado nacional, de cultivos no tradicionales, se halla, acorde a los siguientes objetivos: promover al máximo aprovechamiento de los factores de producción, estimular la complementación económica, asegurar condiciones equitativas de competencia, facilitar la concurrencia de los productos al mercado internacional e impulsar el desarrollo equilibrado y armónico de los países miembros¹⁶⁴.

¹⁶³ MIFIC. Ficha Producto "OCRA". Nicaragua, Mayo, 2010

¹⁶⁴ Rivas C. Tratados y Acuerdos Comerciales Negociados por Nicaragua. Julio 2008

Por tal razón se presentan los aranceles vigentes de los productos. Cabe agregar, que los productos presentados, que carecen de vínculos comerciales y/u tratados, son regulados por el 15%. Además los aranceles excluidos se muestran dentro de cada partida con una señalización E¹⁶⁵.

Tabla no. 5.2 Sistema Arancelario Centroamericano

Código	Descripción	DAI	ISC	IVA	MX	DO	US	CAF	TW	PA	CL	UE
7.01	PAPAS (patatas) frescas o refrigeradas											
0701.10.00.00	para siembra	0	0	E	0	0	0	0	0	0	0	0
0701.90.00.00	lo demas	15	0	E	0	0	0	0	8	15	6	15
703.10	CEBOLLAS, CHALOTES y AJO											
0703.10.11.00	amarillas	15	0	E	0	15	6	15	8	10	10.5	15
0703.10.12.00	blancas	15	0	E	0	15	6	15	8	10	10.5	15
0703.20.00.00	ajo	15	0	E	0	15	1.5	15	8	0	6	12
0709.60.20.00	CHILE TABASCO	15	0	E	0	0	0	0	4.5	0	6	12
0712.20.10.00	CEBOLLA EN POLVO. Envase superior o igual a 5kg	5	0	15	0	0	0	0	1.5	0	0	4
0714.10.00.10	MANDIOCA (Yuca)	15	0	E	0	0	0	0	4.5	0	6	0
0714.30.20.00	ÑAME (Quequisque)	15	0	15	0	0	0	0	4.5	0	6	0
0714.50.10.10	MALANGA (Yautía)	15	0	E	0	0	0	0	4.5	0	0	0
0801.12.00.00	COCOS	15	0	E	0	0	0	0	5.3	0	6	12
0.803.10.00	PLÁTANOS	15	0	E	15	0	0	0	15	0	0	12
0803.90.11.00	BANANOS	15	0	E	15	0	0	0	15	0	0	0
0804.30.00.10	PIÑAS	15	0	E	0	0	3.7	0	0	0	6	12
0.805.00.10	FRUTAS CITRICAS U FRESCAS	15	0	15	0	0	1.5	0	8	0	6	12
0807.11.00.00	SANDIAS	15	0	E	0	0	0	0	0	0	6	12
0810.90.51.00	PITAHAYAS (rojas)	15	0	E	0	0	0	0	0	0	0	12

Fuente: Elaboración Propia. DGA

Ciertamente la tabla no. 2 muestra la apertura de ocho tratados, los cuales son regulados bajo el arancel de Derechos Arancelarios a la importación (DAI), entre los que se entran: el Tratado de Libre Comercio de México y el resto de repúblicas Centroamericanas (MX), Tratado de Libre Comercio Nicaragua - República Dominicana (DO), TLC Estados Unidos – Centroamérica (US), TLC de Estados Unidos – Centroamérica y República Dominicana (CAF), Tratado de Libre Comercio entre Nicaragua y China Taiwán (TW), Tratado de Libre Comercio entre Centro América y Panamá (PA), Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Chile y el Protocolo Bilateral entre Nicaragua y Chile y por último se encuentra el Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica. Asimismo, es necesario mencionar, que estos acuerdos gozan de gravámenes preferenciales.

¹⁶⁵ DGA. “Sistema Arancelario Centroamericano SAC. Versión Oficial 2014

TLC México y Centro América

Este tratado, entro en vigencia en vigencia el 1 de Julio de 1998. En donde México comenzó a desgravar sus productos a partir de la fecha de entrada en vigencia del tratado, mientras Nicaragua lo hizo a partir del año 2000. Un tanto desigual, esto favoreció a Nicaragua, permitiendo una desgravación progresiva. Por su cercanía geográfica y por vínculos históricos, culturales y económicos con Nicaragua, México representa un socio natural y sus 95 millones de habitantes constituyen un gran mercado potencial para nuestros productos. El TLC guarda estrecha relación con cada una de las normas de comercio justo, establecidas únicamente entre ambos países¹⁶⁶.

De acuerdo a la lista de productos agrícolas no tradicionales, que se han destacado por la oferta exportable de Nicaragua (desgravación 2002) hacia este país son: Yuca, Sandías, Cebollas, Jengibre, Pitahaya, Malangas y Melón. Posteriormente, se dio una desgravación en el año 2007, que incluyo únicamente, el cultivo de Piña Tropical. Al 2012, se presenta una desgravación, en la cual se excluyeron ciertos productos como los plátanos y bananos frescos y secos. Sin embargo, la tabla anterior deja ver claramente, que estos dos últimos productos son gravados con un arancel de importación del 15% en toda la región. Adicionalmente, se observa que los niveles de intercambio basados en tratado, han sido un tanto desigual, dado que este país no ha estado interesado en exportar a Nicaragua productos agrícolas, sino productos manufacturados.

TLC República Dominicana y Nicaragua

Según la DGA, los aranceles de 15%, en las importaciones de República Dominicana se disponen para los productos de cebollas (amarillas y blancas) y ajos. Del mismo modo que de los productos originarios de República Dominicana hacia Nicaragua. Este tratado se rige bajo las normativas del TLC CA-RD o Tratado de Libre Comercio entre Centro América y República Dominicana, que se hizo vigente desde el 3 de septiembre del 2002. Gozando también de un gravamen preferencial, el resto de productos agrícolas no tradicionales, se hallan libres de arancel.

Nicaragua fue suscrita al acuerdo comercial, el 13 de marzo del 2000. El Tratado y sus Protocolos fueron aprobados y ratificados por Nicaragua mediante el decreto 119-2000 publicado en La Gaceta N° 226 del 28 de Noviembre del 2000¹⁶⁷.

¹⁶⁶ Alfredo E. TLC Nicaragua-México. [sitio web: SICE] 21 de Marzo 2013

¹⁶⁷ MAGFOR. TLC Centroamérica - República Dominicana.

Entre los objetivos planteados, se tienen los siguientes:

- Estimular la expansión y diversificación del comercio de bienes y servicios.
- Promover la libre competencia.
- Eliminar recíprocamente las barreras al comercio y al movimiento de capitales.
- Aumentar las oportunidades de inversión en los territorios involucrados.
- Promover y proteger las inversiones orientadas a aprovechar las ventajas que ofrecen los mercados de las Partes y a fortalecer la capacidad competitiva de los países signatarios.
- Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento de los compromisos, para su administración y la solución de diferencias.

Se podría aseverar, que los objetivos planteados dentro de este tratado, juegan un rol significativo en la dinámica comercial, iniciada por los no tradicionales en los últimos años, sirviendo así, para su afianzamiento, los productos perfilando con un nuevo horizonte, estos promocionan con libre arancel, productos potenciales que han resultado con beneficios simultáneos en ambos países.

TLC Estados Unidos- Centroamérica

Estados Unidos se distingue, como nuestro principal socio comercial. Tomando así, un enfoque particular de este tratado. Esto representa un horizonte de oportunidades para los cultivos no tradicionales. Productos como las cebollas (Blancas 6%) (Amarillas 6%), los ajos (1.5%), piñas (3.7%) y frutas frescas (naranjas 1.5%) destacan con un arancel preferencial hasta el 2014. Dentro de la oferta de productos libres de arancel, se encuentran: Papas, cebolla en polvo, yuca, ñame, yautía, cocos, plátanos, bananos, sandías y pitahayas. Asimismo, se hace importante señalar, que el tratado entre Nicaragua y Estados Unidos se encuentra pendiente de ratificación en el senado de ese país¹⁶⁸.

TLC DR-CAFTA

Dentro de uno de los Tratados más importantes suscritos por Nicaragua está el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, EEUU y República Dominicana, conocido por las siglas CAFTA-DR. En el caso de Nicaragua y los Estados Unidos de América, el acuerdo entró en vigencia entre ambas naciones el 1º de abril de 2006¹⁶⁹. Entre los principales objetivos se encuentran:

¹⁶⁸ MAGFOR. TLC Nicaragua – Estados Unidos. 2010

¹⁶⁹ MIFIC. Informes de Relaciones Comerciales. 2012

1. Consolidación y ampliación de la Iniciativa de la Cuenca del Caribe
2. Diversificación de la oferta exportable disponible
3. El fomento de la atracción de la Inversión Extranjera Directa
4. Beneficios de la apertura comercial para el consumidor
5. Mejoramiento de las condiciones de Importación
6. Eliminación de Barreras No Arancelarias del comercio regional de Nicaragua hacia los Estados Unidos

Valorando cada uno de estos objetivos, de acuerdos a los productos que gozan de libre arancel y/u arancel preferencial como es el caso de la cebolla en los últimos años, se podría aseverar que los productos tenderían a una gran expansión, dado que también, cuentan con la presencia de una ventana comercial, que ha estimulado el consumo en gran parte de las poblaciones multiétnicas que se ubican en estos segmentos.

TLC entre Nicaragua y China Taiwán

Este tratado cuenta con aranceles preferenciales en la mayoría de productos, así productos como: la Cebolla (Blanca 8%) (Amarilla 8%), que ha perfilado alrededor del conjunto de tratados, el Ajo (4.5%), nuevamente la Cebolla en polvo (1.5%), Mandioca y/u la Yuca, el Ñame y la Malanga que registran un tipo de arancel del 4.5%, seguido por los cocos (5.3%), los plátanos u bananos (15%) y la fruta fresca (8%), se consolidan dentro de los principales productos exportados por este país.

Taiwán, como mercado de destino de las exportaciones al 2013, obtuvo el décimo lugar entre los principales socios comerciales del país. El mercado 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 mercado¹⁷⁰. De esta manera, el resto de productos, descritos en la tabla no. 2 y que gozan de libre arancel (papas, piñas, sandías y pitahaya), se han colocado eficazmente dentro de este mercado, dejando así cuantiosos flujos al país.

¹⁷⁰ MIFIC. Relaciones Comerciales Nicaragua-Taiwán. Marzo del 2014

La relación comercial entre ambos países, fue suscrita en Junio del 2006, siendo vigente desde Enero de 2008. No obstante, los puntos expuestos, se concibe que desde la puesta en marcha del acuerdo, el comercio bilateral entre ambos países ha crecido considerablemente, sin embargo el sector exportador de Nicaragua aun no logra el máximo aprovechamiento del mercado taiwanés. Quedando así, una amplia cuota de mercado por suministrar. Donde los productos no tradicionales, conseguirían expandir su oferta.

TLC entre Centroamérica y Panamá

Un Tratado de Libre Comercio como el de Centroamérica y Panamá, ha sido contemplada como una herramienta para definir condiciones aún más favorables para el intercambio comercial y de bienes entre la región, mejorando aún más, las establecidas en los Tratados de Libre Comercio y Alcance Parcial que tiene vigentes Panamá con los países de la región. Paralelamente el tratado de Nicaragua – Panamá ha contado con una diversa lista de productos libres de arancel y otros (papa y cebolla), que cuentan con un arancel preferencial del 15 % y el 10% respectivamente.

Así, a partir de la entrada en vigencia de este tratado, las partes se comprometen a garantizar el acceso a sus respectivos mercados mediante la eliminación total y definitiva del arancel aduanero a la importación y cualquier otro derecho o cargo, al comercio de mercancías originarias entre ambos países. Sin embargo, se deja ver claramente que producto no tradicionales como la papa y la cebolla se gravan, aun con un arancel preferencial. Se hace necesario mencionar, que en este tratado, existe nula información acerca de los términos de intercambio que se han establecidos entre ambas partes.

TLC entre Centroamérica y Chile y el Protocolo Bilateral entre Nicaragua y Chile

El acuerdo consta de un programa de desgravación arancelaria en su suscripción; estos tipos de gravámenes se ajustan a distintas categorías, en mercancías originarias de Nicaragua hacia Chile, estas categorías están en base a un arancel residual del 6%, que ha buscado una disminución gradual en los últimos tiempos. No obstante, de acuerdo a los términos estipulados bajo este tratado, Nicaragua estipula un arancel de importación al país de Chile, en productos como: papas (6%), las cebollas (10.5%), ajo y Chile tabasco (6%), mandioca y ñame (6%), cocos (6%), piñas, fruta cítricas y frescas se valoran con un 6% de arancel.

En el ámbito comercial, el tratado de libre comercio se desarrolla bajo el término de adhesión a protocolos, con cada uno de los países centroamericanos, estableciendo en su acuerdo, que ninguna de las partes podrá optar o mantener ninguna prohibición, ni restricción a la importación de cualquier bien, de la otra parte a la exportación o venta para exportación de cualquier bien destinado al territorio de la otra parte. Bajo esta condición, el mercado Nicaragüense, se ha movido de manera impropia, dado que el resultado de sus aranceles a la fecha, repercuten hacia el mercado Chileno, con aranceles permanentes de un 6%, y hasta de un 10.5% en el caso de la cebolla. Siendo esto, contraproducente al momento de estimular la demanda hacia este subsector.

- Acuerdo de Asociación de la Unión Europea y Centroamérica

Durante la Cumbre UE- América Latina y el Caribe, celebrada en mayo de 2002, la UE y seis países de Centroamérica (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá) acordaron negociar el Acuerdo de Diálogo Político y Cooperación, el cual fue suscrito el 15 de diciembre de 2003, en Roma, Italia.

Por parte de Nicaragua, la firma de este acuerdo tuvo lugar en Madrid, España. Iniciadas en el 2007, la conformación del acuerdo, dejó claro los intereses nacionales por las cuales accedían a este acuerdo. Según el MIFIC, el Pilar Comercial del Acuerdo de Asociación, contiene disposiciones sobre acceso a mercados, propiedad intelectual, procedimientos aduaneros, reglas de origen, medidas sanitarias y fitosanitarias, obstáculos técnicos al comercio, servicios e inversiones, contratación pública, comercio y desarrollo sostenible, aspectos administrativos, entre otros.

Los resultados que han devenido por parte del mercado Europeo, han sido favorables para Centroamérica, Nicaragua en particular, consolidándose las preferencias actualmente otorgadas bajo el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP+)1, incluyendo así, acceso libre de arancel para productos de la confección, papas, cebollas y otras hortalizas, miel, café tostado e instantáneo, cigarrillos, puros, hamacas, zapatos, muebles de madera, entre otros¹⁷¹.

¹⁷¹ MIFIC. Resultado del Acuerdo de las Negociaciones UE-Centroamérica. 2015

No obstante, la dinámica y/u oferta de hortalizas y frutas de Nicaragua hacia la Unión Europea, demarca con un arancel preferencial a varios productos de la lista, así por ejemplo: Papas (15%), Cebollas (12%), Ajo (12%), Chile Tabasco (12%), Cebolla en polvo (4%), Cocos (12%), Plátanos (12%) y las Piñas, las Frutas Cítricas, Sandías y las Pitahayas que se intercambian con un arancel del 12%. Cabe mencionar, que este mercado de destino, se ubica como el primer mercado de destino de las frutas.

Se da también, la presencia reciproca del Banano, donde Nicaragua consiguió una desgravación que inicio en el año 2010, partiendo de 148 euros por TM hasta llegar a 75 euros por TM en el 2020, con cláusula de estabilización de mercado para Nicaragua de 10,000 TM con crecimiento de 500 TM anuales hasta llegar a 14,500 TM en el año 2020, y cláusula de revisión a los 5 años. Ultimando con esto, de que los productos no tradicionales ofertados al mercado Europeo han contribuido a la generación de divisas.

6. Estudio de Caso: Tomate

6.1. Producción

6.1.1. Producción Mundial

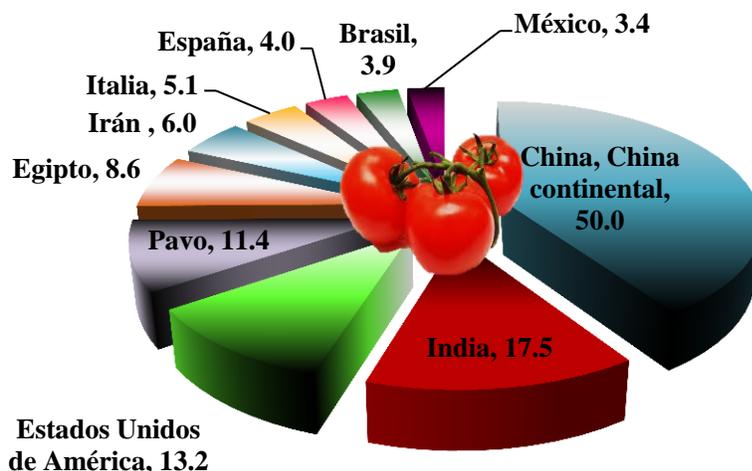
El cultivo de tomate, se define como una de las hortalizas más demandadas a nivel mundial. El origen del género “Lycopersicon” se localiza en la región andina que se extiende desde el sur de Colombia al norte de Chile, según se concibe, fue en México donde se domesticó. La producción de tomate a nivel mundial, distingue por su facilidad de labranza, dado que es un tipo de hortaliza que puede ser sembrada en forma planificada en pequeñas hectáreas de terreno¹⁷².

Dentro de la producción mundial de tomate, al 2012 se registran 4.8 millones de hectáreas sembradas en el mundo, un 6% superior al 2009. Unos rendimientos que oscilan, un promedio de 33.6 mil kilogramos por hectárea producida. Quedando entonces, un promedio de producción anual, de 156.53 toneladas métricas para estos últimos cuatro años. Según la FAO, en sus rankings de producción, sitúa a China - China continental como el mayor productor de esta hortaliza, que ha prevalecido con un volumen de 50 millones de toneladas al 2012. Además, los diez productores a nivel mundial, concentran un volumen de 123 toneladas métricas.

¹⁷² FAO. “El cultivo de Tomate con Buenas Prácticas Agrícolas en la Agricultura Urbana y Periurbana”. 2013

Dentro de las variedades más comercializadas, se encuentran: las de tipo beef, tipo marmande, tipo vemone, tipo moneymaker, tipo cocktail, tipo cereza, tipo de larga vida, tipo liso y tipo ramillete¹⁷³.

Grafica no. 6.1. Productores. Participación 2012 TM



Fuente: Elaboración Propia. FAOSTAT

6.2. Producción Regional

Los datos resultantes de la producción Centroamericana, muestran que existe un volumen promedio de producción de 3,549.42 millones de toneladas métricas. Siendo México, el mayor productor de la hortaliza con un 29% de la producción regional, seguido por Nicaragua que representa un 23% de producción, alrededor de los últimos cinco años. En un tercer lugar, se sitúa a Belice, que ha logrado concentrar una producción promedio de un 8%. En adición a esto, se asume que la participación de los países de la región al 2013 influyo en un 67% de la producción mundial. Sembrándose un promedio anual de 472,477.61 hectáreas.

La producción regional es complementaria, en los últimos años, los países han dedicado gran parte de sus esfuerzos, a impulsar la productividad del tomate; actuando bajo a inserción de cadenas de valor, que respondan a oportunidades de mercado (tendencias alimenticias). Esto, adherido como parte del grado de vulnerabilidad climática y la ralentización de la economía mundial¹⁷⁴.

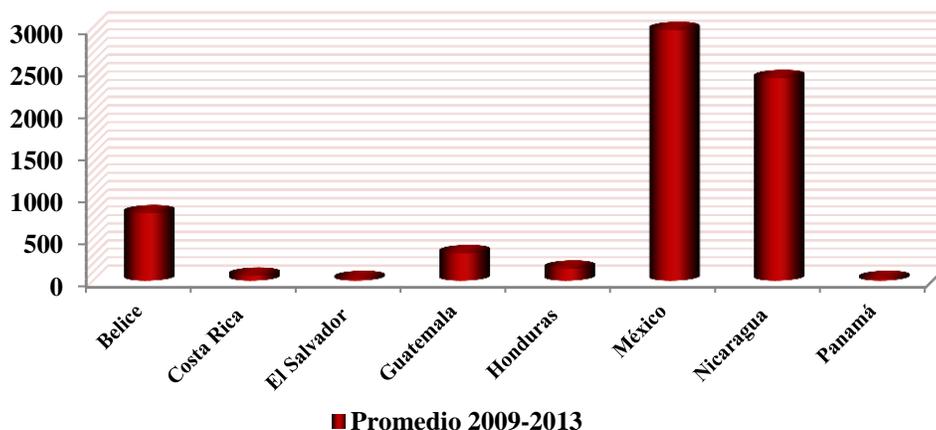
Así, el comportamiento de la producción, ha sido un tanto disímil entre los países; México, que se muestra con una evolución significativa en la producción, presenta con una ligera caída al 2011 (-18%), en tanto que el comercio mundial se encontraba reanimado.

¹⁷³ CEI- RD. "Perfil Económico del Tomate". 2010

¹⁷⁴ IICA. Perspectivas de la Agricultura. "Capítulo 2.1 Agricultura". 2013

Honduras inicia su despegue a partir de 2010 con 136.58 TM, El Salvador se presenta con una tendencia a la baja, luego de incrementar su producción al 2011 en 21.59 TM. Por su parte, Costa Rica presenta caídas inter anuales, que oscilaron un 15% a lo largo de los ciclos. Permaneciendo constante, la producción en el resto de países.

Grafica no. 6.2. Producción Centroamericana de Tomate



Fuente: Elaboración Propia. FAOSTAT

6.3. Producción Nacional

6.3.1. Cantidades Producidas

A nivel nacional, el cultivo del tomate se ha desarrollado en un área de 458 manzanas al 2012. Según el INIDE, las zonas productoras, que distinguen en la siembra del cultivo son: Jinotega, que representa un margen de producción al 2010, del 61% en manzanas cultivadas, seguido por Estelí (52%), Matagalpa (50%), Managua (37%), Nueva Segovia (28%), Masaya (22%), Madriz (17%), Boaco (14%), Granada (10%) y Chinandega con 1%¹⁷⁵.

El cultivo, es manejado por pequeños y medianos productores, que han procurado insertarse a tecnologías productivas de macro túneles, como una de las alternativas de escape a los escenarios del cambio climático¹⁷⁶. Garantizando así productos de calidad, para ofertar a los mercados. La producción prevista al cierre de ciclo 2010-2011, indica un área de 3,534.87 manzanas cultivadas de tomate.

¹⁷⁵ INIDE. IV CENSO AGROPECUARIO. Informe Final 2012. Los departamentos que obedecen a la zona pacifico, tienden al uso de sistemas de riego por goteo y/u aspersión.

¹⁷⁶ "Productores Cultivan Tomates en Macro Túneles". Divulgación y Prensa MAGFOR. 24.05.12

Los rendimientos promedios, de 721 unidades de tomates por manzanas sembradas anualmente. La producción promedio de tomate, oscila unas 6,204 libras, es decir unas 155,100 cajas de tomates ofertadas por año. Cabe agregar, que la producción de ésta hortaliza, contiene veinticinco libras por caja. Se prevé, que el momento cúspide del rubro, se obtuvo dentro del ciclo 2011-12, con unas 274, 800 cajas de tomate acabado.

6.3.2. Características de la Producción

La producción nacional, se encuentra destinada principalmente a las exportaciones y en menor proporción se destina al consumo interno, perfilando en su cuota países como: Costa Rica, El Salvador, Honduras y Estados Unidos. Ejerciendo un 40% de demanda El Salvador¹⁷⁷. Aproximadamente el 25% de las hortalizas nacionales se comercializan en los mercados formales, el 75% restante en los mercados informales.

Los productores generalmente venden su producción en la puerta de la finca, en el tiempo más corto que sea posible para reducir el porcentaje de pérdidas que suele ocasionar la insuficiencia técnica de estos productos, ya que no disponen de facilidades de frío para extender su vida. También, el cultivo es utilizado en encurtidos y conservas. A nivel de industria, se halla en enlatados, deshidratado o procesado para sopas, salsas, pasta y jugos.

La dinámica productiva, hace parte de gremios asociativos; que trabajan de manera cercana e inclusiva con los pequeños productores, entre los que se encuentran: Cooperativa Agropecuaria de Producción de Hortalizas, Sébaco, Conglomerado Nacional de Frutas y Vegetales (CONAFRUYE) y la Asociación Nacional de Productores y Exportadores APEN. En las zonas de Jinotega, Estelí y Matagalpa (principal productores), existe alrededor de unos 1,200 productores¹⁷⁸. Las condiciones agroclimáticas y del suelo son las que le permiten a este departamento, siembras escalonadas durante todo el año (Primera, Postera, Apante y Riego).

¹⁷⁷ FAOSTAT. Base de Datos/Producción. [sitio web] 10.02.15

¹⁷⁸ Álvarez L. “Tomateros Piden Diálogo”. La Prensa. 14.12.13. El sector de tomateros organizados, representa tres mil productores que ofrecen trabajo a 80 mil familias. Lo que se traduce en generación de ingresos y/u en un nivel de vida digno (desarrollo).

De esta manera, el tomate puede ser cultivado dentro de las siguientes épocas de siembra:

Tabla no. 6.1. Épocas de Siembra de Tomate

Época	Primera	Postrera	Apante
Preparación de Semilleros	Abril		Finales de Septiembre
	Mayo	Agosto	Octubre
			Noviembre
Trasplante al Campo		Septiembre	Noviembre
	Junio		Diciembre
		Octubre	Enero
Cosecha	Agosto	Noviembre	Febrero
	Septiembre	Diciembre	Abril

Fuente: Elaboración Propia.

Paralelamente, en el departamento de Jinotega, se cosecha regularmente, 250 manzanas de tomate, en época de primera¹⁷⁹. La época de primera y postrera asumen un plazo de producción habitual de 5 meses. No así, en el caso de época de apante que se realiza en términos de ocho meses. La Planta de Tomate se adapta a casi todo tipo de suelo, pero con preferencia suelos sueltos de textura silíceo arcillosa, y rica en materia orgánica. Cuando los suelos están enarenados, en cuanto al PH, los suelos pueden ser desde ligeramente ácidos hasta ligeramente alcalinos. Esta tipología del producto, lo convierte en un cultivo potencial, que se halla ligeramente ofertado al mercado internacional¹⁸⁰.

El desarrollo y/u la inserción de la tendencia tecnológica, entre los productores de tomate, ha contribuido al incremento de los rendimientos e ingresos, haciendo de las plantaciones de tomates tolerantes a condiciones de salinidad tanto en el suelo, como en el agua de riego. A lo cual, han accedido cambiar su base productiva en los últimos años. En cuanto al clima, la temperatura óptima de desarrollo oscila entre 20 y 30° durante el día y entre 1° y 17° durante la noche. La maduración del fruto está muy influida por la temperatura en lo referente tanto a la precocidad como a la coloración, de forma que temperaturas cercanas a los 10°C, así como superiores a los 30°C originan tonalidades amarillentas. El ciclo vegetativo es de 4.5 meses según la variedad.

¹⁷⁹ “Habrá Suficiente Producción de Hortalizas”. Divulgación y Prensa de MAGFOR. 26.08.13

¹⁸⁰ MIFIC. “Ficha de Tomate”. Managua, Nicaragua Agosto, 2007

Dentro de las variedades que se producen en Nicaragua, se encuentran: Tropic, Rio Grande y VF-134 1-2 (industrial), Floradade, Manalucie, UC-82 industrial, MTT-13, Charm, Gem Pride, Gemstar, Topspin, Yaqui, Bute. Asimismo, se da la existencia de variedades híbridas que hacen parte de estudios experimentales (como Charm), de las cuales se asemejan, a las producidas mundialmente como la de tipo vemone y/u cocktail. Además las variedades más cultivadas corresponden a híbridos (MTT – 13).

6.3.3. Base Productiva

Materia Prima: La semilla de tomate, planificada para la siembra debe ser acorde, al clima de la región donde se desea plantar; al mismo tiempo del tipo de suelo, las plagas y enfermedades de la zona productiva. La semilla de tomate generalmente el productor la compra en las casas distribuidoras de agroquímicos en envases rallados. Otras como la variedad MTT-13, BUTE y UC-82 se encuentran en CEVAS (Campo Experimental de Validación Agrícola de Sébaco)¹⁸¹.

Insumos: Los niveles adecuados de nutrientes son muy importantes para la producción óptima de tomate. Los principales requerimientos de nutrientes son el nitrógeno, fósforo, potasio, magnesio, calcio, azufre y boro. Aunque el nitrógeno es muy importante para el tomate, aplicado en exceso se corre el riesgo de estimular el desarrollo vegetativo demasiado exuberante, lo que puede favorecer el desarrollo de enfermedades fungosas sobre todo en climas húmedos. La producción de tomate, ha sido un tanto mejor desarrollada, que otros cultivos, lo que le ha dado un fácil acceso, para adquirir los insumos.

Tecnología: Los rendimientos en este cultivo están dados, por las variedades sembradas y por el sistema de siembra manejado, por lo general existe una íntima relación entre las variedades sembradas y el sistema de siembra utilizado en siembras bajo túneles se usan variedades altamente productivas¹⁸². Según el MAGFOR está obteniendo producción de 1,502 cajas/Manzana, lo que equivale a unas 30 toneladas de 32 toneladas que es el rendimiento productivo de tomates industriales. Adherido a esto, se muestra que la promoción de nuevas tecnologías, es parte del sistema inclusivo que ha desarrollado el gobierno, en pro de la autosuficiencia alimentaria.

¹⁸¹ “Cultivando Tomates con Menores Riesgos”. Nicaragua, Marzo 2002.

¹⁸² MIFIC. Análisis de Encadenamientos Productivos para la Generación de Valor Agregado. Managua, Febrero 2012.

La inserción de tecnologías, ha sido beneficiosa para el desarrollo económico de los sectores productores de tomate; dado que esto ha permitido mayores volúmenes y una reducción del número de aplicaciones de insumos. Traducido, así, en costos inferiores al de las técnicas convencionales. No obstante, el grado de inclusión tecnológica del sector tomatero, se prevé con una estructura endeble.

Financiamiento: El financiamiento se muestra como el punto de mayor incidencia entre los productores de tomates, siendo que los productores de la hortaliza, no son considerados sujetos de crédito, porque no tienen garantías sólidas de respaldo; el mercado nacional no garantiza un precio estable y los intereses para el sector agrícola han permanecido elevados. Sin embargo, la presencia de proyectos, que prevén la diversificación de zonas agrícolas, han promovido una producción de 187 ha de tomate, en los último cinco años. Rentabilizando sus ingresos, frente a la escases de financiamiento de otros sectores¹⁸³.

6.4. Costos del Tomate en base a la tecnología

El cultivo se ha desarrollado se suelen sembrar con una distancia de 1.5 metros entre línea, y 0.5 metros entre planta, aunque cuando se trata de plantas de porte medio, es común aumentar la densidad de plantación a 2 plantas por metro cuadrado con marcos de 1m x 0.5 metros. La inserción de tecnología en los cultivos adiciona el uso de tela de agríbon. Este tipo de sistema, se integra fácilmente a las fincas de familias productoras de tomate, a través de macro túneles. Las técnicas convencionales del tomate, corresponde a plantaciones de suelo directo y las de tapado, asumen una posición de trasplante, luego de haber sido sembradas en bandejas.

Tabla no. 6.2. Costos de Producción de Tomate.

Actividades	Tecnologías		
	Promedio	Tapado	Convencional
Costos		24.89	16.30
Rendimiento Cajas/ha		734.08	553.83
Precio Unitario		1.48	1.48
Beneficio Bruto		1087.96	820.81
Beneficio Neto		1063.06	804.51

Fuente: Elaboración Propia. FUNICA

¹⁸³ MAGFOR. Sub Programa Nacional de Frutas Y Hortalizas. Managua, Octubre de 2008. El programa en sí, ha buscado incentivar la producción y la productividad de frutas y hortalizas, a través del financiamiento, capacitación y asistencia técnica e innovación tecnológica.

Según las estadísticas de FUNICA, el uso de semilleros con tapado, se establece prioritariamente en los departamentos de Jinotega y Matagalpa. La técnica de tapado se realiza la siembra del semillero en bancos previamente desinfectados, a chorrillo ralo y a una distancia de 10 cm entre hileras, se riega y se tapa con ramas secas u hojarasca para ayudar a preservar la humedad. El semillero permanece tapado haciendo revisiones periódicas del estado de las plántulas hasta la etapa de trasplante, cuando ya tienen el tamaño y edad deseados¹⁸⁴. Asumiendo así, un costo variable del envase de semillas, de 24.89 córdobas y 16.30 respectivamente.

6.5. Características del Mercado

La labranza del tomate que se ha dedicado a la comercialización del mercado interno, intuye un alto valor social e individual, puesto que se concibe, como una hortaliza de uso regular, a nivel nacional. Su demanda se mantiene constante, durante todo el año. Permitiendo así, una dinámica fluida de los productores y el mercado de destino.

No obstante, la cadena de comercialización enfrenta serios desafíos para colocar el producto dentro de los mercados locales, las exigencias del mercado corresponden al pesaje contenido en la cajilla ofertada, al mismo tiempo de su precio. Los productores se han ajustado a una dinámica equitativa que no les permite exceder sobre el peso de ésta, dado que involucraría mayores costos de producción. Cabe mencionar que esta incidencia, sopesa sobre la comercialización de producto fresco y no procesado¹⁸⁵.

Particularmente la cadena comercializadora, atiende un porcentaje alto de intermediarios, que actúan en función de los mercados. Donde además, esta función, ha quebrantado las medidas de un comercio justo en los últimos años. Vislumbrando el beneficio obtenido por un pequeño grupo de comerciantes, que afectan la disponibilidad del rubro a los consumidores. Los productores, ofertan directamente desde la subsidiaria (finca), dado su limitada capacidad de expansión. La distribución del tomate, se muestra de la siguiente manera:

¹⁸⁴ FUNICA. Uso de Semillero Tapado de Tomate en Seis Localidades de Matagalpa y Jinotega. [sitio web]. 12.02.15

¹⁸⁵ Ruiz G; Gallegos N. ¿Cuánto Tomate debe llevar la cajilla? La Prensa. 28.06.12. Las medidas utilizadas del mercado son cajillas de 25 libras, que usualmente tienden a un promedio de 200 cajas por productor al mercado nacional.

Esquema no. 6.1. Escalafón del Mercado de Tomate



Fuente: Elaboración Propia.

6.6. Productividad

El incremento en la producción en los últimos años, obedece principalmente al aumento en el rendimiento y en menor proporción al aumento de la superficie cultivada. Traducido así, en el perfeccionamiento de los sistemas de cultivos que se han insertado, duplicando la producción en un 2,18%. Según la FAO, el mediano plazo, engloba una producción promedio de 21, 197 toneladas de cultivo por manzanas, que se incrementan a partir del ciclo 2011. Encontrándose asimismo ligados a la variedad de tomate, están los rendimientos.

Los rendimientos de la variedad BUTE presentan un valor promedio de 1500 cajas/manzanas. El manejo integrado de los cultivos se hace preponderante a la hora de aumentar los rendimientos de las variedades y/u reducir costos. Así, la variedad que resulta más atractiva al cultivo es CHARM (hibrido), que hace factible una producción de 11,666 plantas por manzanas, que producen 3,000 cajas por manzanas. Empero de la variedad UC – 82, que es la más comercializada y de la cual no se tienen datos específicos.

6.7. Presentación del bien

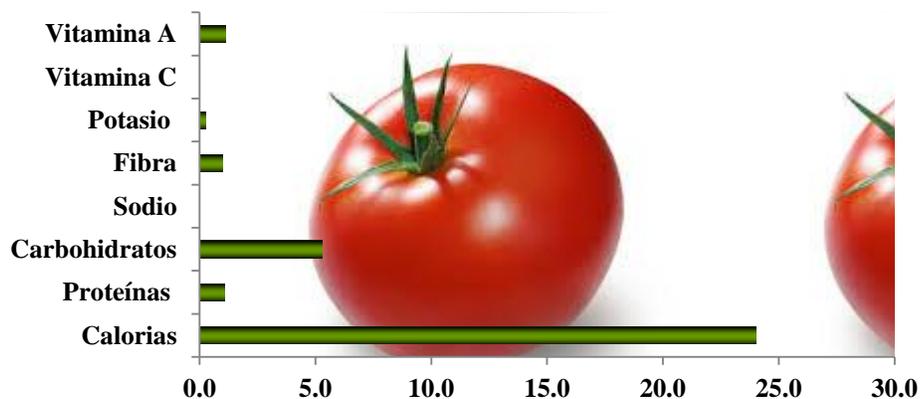
El acceso del cultivo de tomate a los mercados, se da de manera un tanto diferencial, dado que el producto ofertado al mercado nacional y/u local, se da a través de cajillas plásticas de 25 libras, que no obedecen a la debida rigurosidad sanitaria. En tanto que el producto ofertado al mercado internacional, deben ser clasificados por tamaño y en cajas de empaque, como sigue:

- Plancha de fibra, con tapadera, empaque suelto 11Kgs. (25 libras)
- Bandeja plana de plancha de fibra, empaque de división de dos capas 8 – 11 Kgs (18 a 25 libras)
- Caja agujereada de plancha de fibra con tapadera, empaque de exhibición de 3 capas de 11- 15 Kgs (24 a 33 libras).
- Un último requisito, toma en cuenta el empackado en contenedores a prueba de insectos o bien con lona plástica, durante el envío.

6.8. Consumo

El tomate es un vegetal muy apreciado ya que proporciona vitaminas A y C en alta cantidad y minerales, principalmente potasio. Se distingue entre la dieta alimenticia al rededor del mundo, es la hortaliza más importante como: comestible en ensaladas y salsas, condimento y/u en su estado verde. Los tomates contienen un alto valor nutricional; hallándose contenidos dentro de una taza de tomate crudo y picado, un porcentaje (gramos) de nutrientes que se detallan así:

Grafica no. 6.3. Valor Nutricional del Tomate¹⁸⁶



Fuente: Elaboración Propia

6.8.1. Consumo Mundial

A nivel mundial el consumo de tomate, se une a las tendencias precedentes a la crisis internacional, que descubrieron una demanda de alimentos desigual entre los muy ricos y los muy pobres. Dado así, principalmente para los países en desarrollo, esto ha contribuido al desempeño comercial del tomate.

¹⁸⁶Agros. “Valor Nutricional del tomate”. [Sitio web: www.agrosdemexico.com.mx] 2011.

En cuyo caso, el cultivo se hace atractivo por la diversidad de productos que pueden obtenerse de éste, es decir, como producto de consumo fresco, jugos, pasta, conservas, Ketchup, etc.¹⁸⁷. Siendo cada uno, de un uso distinto en consumo, se hace necesario agregar la importancia que éste ha alcanzado para la salud, donde su alto contenido de Licopeno, ha incidido sobre los gustos y preferencias de la población mundial¹⁸⁸.

Esto ha estimulado la interesa de los productores en la agregación de valor. Según la FAO, entre los principales países importadores de tomate, se encuentran: Estados Unidos, Alemania y Federación de Rusia. No obstante, Nicaragua tiene una cuota de mercado reducida, que se anuda a la falta de interesa por la agregación de valor al producto e infraestructura comercial.

Cabe recalcar, que Estados Unidos ha vislumbrado como el principal socio comercial del país, no así, dentro de la producción de tomate, se tiene por principal mercado de destino, a El Salvador. La demanda de consumidores alemanes, se inclina principalmente por la variedad tipo cocktail/Cherry, en cuyo caso se asimila a la variedad CHARM anteriormente indicada¹⁸⁹. El perfil del tomate dentro del mercado Ruso, es significativo al uso regular de su cocina¹⁹⁰.

Convenientemente, los principales países demandantes de este rubro, apertura una alternativa rentable para el rubro nacional. Orientados característicamente, por el consumo de Alemania y/u la Federación de Rusia, siendo que esta alternativa obedece, a las altas temperaturas climatológicas que les imposibilita la residencia del cultivo. Estados Unidos por su parte, se muestra un mercado potencial, empero del excedente presentado como productor a nivel mundial. Entre 2009 y 2011, el ritmo de las importaciones de tomate, por parte de Alemania ha crecido un 8%, mientras la Federación Rusa es de un 5.12%, quedando en un 25.3 % la demanda mundial de los Estado Unidos.

6.8.2. Consumo Regional

El consumo regional se encuentra presidido por la demanda de México, 69% en términos del mediano plazo. Al 2013 México se consolida con un consumo constante; sin embargo, el factor climatológico, ha propiciado una ligera reducción en los excedentes de producción de este rubro. La disponibilidad del tomate, para el mercado mexicano, enfrenta serios desafíos a este plazo. No obstante, la cuota de mercado de éste se hace insensible a las variedades importadas¹⁹¹.

¹⁸⁷ Mackenzie A. "Situación de la Producción Mundial y Nacional de Tomates". 2006

¹⁸⁸ El Licopeno es un tipo de vitamina (B Caroteno), que permite la pigmentación de la hortaliza y se hace una de las más importantes a la dieta humana.

¹⁸⁹ FEPEX. "Amplia Alemania Producción y Consumo de Tomate". Fresh Plaza. 11.10.12

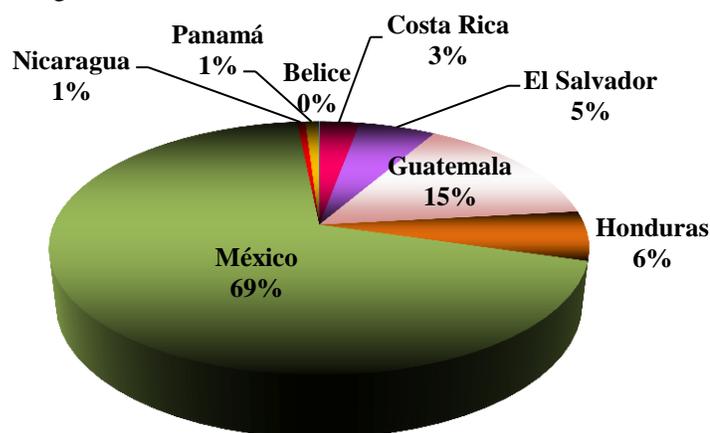
¹⁹⁰ Prom Perú. "Consumo de Frutas y Hortalizas Frescas en Rusia" Informe Especializado. 2013

¹⁹¹ "Los Altibajos en la Producción de Tomate en México". Agro Noticias. FAO. 09.06.14

Guatemala por su parte, se presenta como un consumidor secundario (15%), además de ser la huerta alternativa del mercado regional. En ello se cultiva, de acuerdo a la demanda que realizan los mayoristas del país de destino¹⁹². El Salvador, principal destino de la producción exportable de Nicaragua y adicionalmente de Guatemala, se muestra con un ligero nivel de consumo; sin embargo, esto supone una producción casi nula, adoleciendo al país de la escasez del producto.

Se prevé que Belice, es un exportador neto, dado que su nivel producción asume un reducido nivel de consumo interno. Para el resto de países, el consumo se percibe así: Panamá presenta un consumo suplantado, Nicaragua tiene plena disponibilidad del producto y Honduras mantiene un régimen controlado de consumo.

Grafica no. 6.4. Consumo Regional 2009-2011



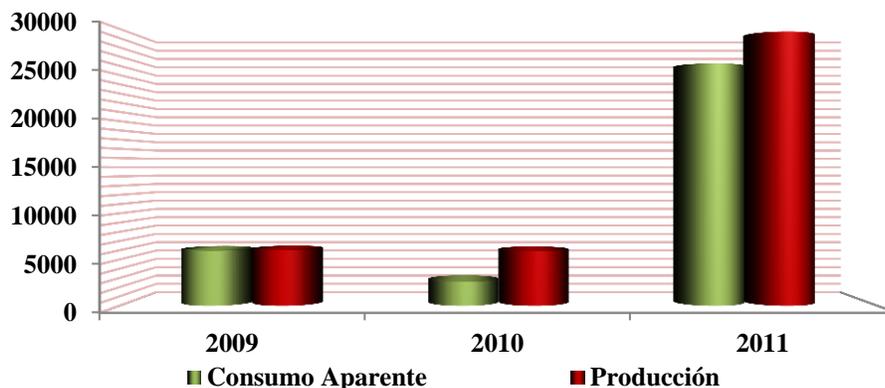
Fuente: Elaboración Propia. FAOSTAT

6.8.3. Consumo Nacional

Particularmente el consumo de Nicaragua, está estrechamente ligado a las importaciones de tomate, siendo el segundo productor de la región, el mercado nacional, se muestra con una amplia oferta al mercado externo. Empero de la distribución espacial que adolece al sector. La disponibilidad del rubro, se encuentra escasa al 2009, dado el crecimiento de la producción exportable. El tonelaje resulta en unas 41 toneladas, luego de las exportaciones. No obstante, el 2010 refleja una mejoría, en el abastecimiento del mercado interno, dedicando así unas 3,309 toneladas al consumo interno, seguidamente de unas 3,450 toneladas producidas al 2011.

¹⁹² MAGA. "Perfil Comercial Tomate". Guatemala, Septiembre 2014. Asimismo, se observa que Guatemala produce para su autoconsumo.

Grafico no. 6.5. Consumo Interno



Fuente: Elaboración Propia. FAOSTAT

6.9. Comercio Internacional

El comercio de tomate fresco en el mundo, se ha constituido en los últimos años de una forma singular, característica por sus nutrientes y sabor. En la actualidad, el comercio internacional del tomate, se sitúa en países como: México, Países Bajos y España. España es un gran abastecedor de la Unión Europea, México por su parte, dedica gran parte de su producción, al abastecimiento de Estados Unidos y Canadá. El siguiente análisis, comprende la comercialización de tomate Nicaragüense hacia sus principales mercados de destino. Donde además, llena una cuota de mercado y viceversa, es decir, el subsidio recibido por las importaciones.

6.9.1. Exportaciones

El valor generado por las exportaciones, se ve ratificado en las exportaciones de El Salvador, que mantuvo constante su demanda en los tres periodos inaugurales. El crecimiento inter anual presentado, es de un 3.37% por cada ciclo receptor. Consecutivo a ello, la demanda de Honduras se halla predominante a lo largo de los ciclos, no obstante; el valor exportado se presenta con una cuantía inferior a la generada por El Salvador, en el cual se muestra, un crecimiento interanual de un 31% en el mediano plazo. Donde además, el 2010 es el ciclo que responde al repunte de las exportaciones. Costa Rica y Estados Unidos se presenta como un mercado de destino, en el que, el conocimiento de los productores está intentando dar una mayor cobertura.

Tabla no. 6.3. Exportaciones de Tomate desde Nicaragua hacia el Mundo.

(1000 \$)	2009	2010	2011
Total/Tomates	491	527	527
Costa Rica			3
El Salvador	488	520	521
Honduras	3	7	2
Estados Unidos			1

Fuente: Elaboración Propia. FAOSTAT

El volumen registrado de las exportaciones, oscilo en promedio de las 3, 821.33TM, correspondientes a El Salvador. Asimismo, Honduras coloca una demanda de 27.33 toneladas, en tanto que Costa Rica asume una demanda de 4 toneladas al 2011. Cabe mencionar, que éstas últimas, retoma un valor de 1, 333 dólares la tonelada métrica. Según datos indicados por FAO, Estados Unidos, asume volúmenes inferiores a una tonelada métrica.

6.9.2. Importaciones

Las importaciones globales de este rubro hacia el país, se encuentran distinguidas principalmente, por países como: Colombia, Costa Rica, Guatemala, Honduras y Estados Unidos. Puntualizando, la participación que han tenido la exportaciones totales en referencia a las importaciones, éstas dejan una balanza comercial negativa hasta el 2011, posicionando su mercado al 2012, con un ingreso de 157 miles de dólares por tomates exportados.

Las importaciones provenientes de los mercados internacionales y en lo particular del mercado regional, se ha originado en la necesidad de abastecer al mercado interno, dado que el cultivo nacional, se ha visto seriamente deteriorado por las plagas, al mismo tiempo de ser desaprovechado, dado los grandes volúmenes importados en los último años. El valor de las importaciones de Costa Rica, se ha acentuado con un valor promedio de 347.66 dólares la tonelada métrica. Los términos de intercambio, corresponden a un promedio de 518.33 tonelas anuales. Aflorando un costo de importación de unos 180, 202.60 dólares, correspondiente a los importes de Costa Rica. Socavando así, la estructura del mercado tomatero.

Cabe agregar, que la introducción del tomate extranjero, varía en su contenido de valor (valor agregado), dado que la entrada de estos, se obtiene procesada y/u fresca al país. También las importaciones del rubro, obedecen a una clara oferta por parte de Guatemala, el cual se incrementa, como parte del sistema de invernadero que modela a la región¹⁹³.

¹⁹³ “Guatemala: Aumenta Cultivos en Invernaderos”. CentralAmericaData. 05.10.09

Tabla no. 6.4. Importaciones de Tomates.

(1000 \$)	2009	2010	2011
Total/Tomate	662	531	370
Colombia	1		
Costa Rica	230	494	319
Guatemala	1	29	51
Honduras	429	8	
Estados Unidos	1	0	

Fuente: Elaboración Propia. FAOSTAT

6.9.3. Importaciones de Tomate Procesado

Característicamente, entre los productos que vislumbran con una mayor demanda, por parte del mercado interno, se encuentran: Jugo de Tomate, Pasta de Tomate y Tomates Pelados. Las importaciones de salsa de tomate, muestran una tendencia creciente, tanto en valor, como en el volumen, alcanzando al 2011 un valor de 734 mil dólares en cuyo caso, el tonelaje de pastas alcanza un volumen de 527 TM. El tomate pelado por su parte, incrementa su valor a un ritmo fluctuante, representado por una tasa inter anual de 19.75%. Finalmente, el Jugo de Tomate se muestra con una demanda decreciente (-13%). Cabe mencionar, que la industria de tomate muestra una demanda creciente, imperante sobre la oferta nacional.

Tabla no. 6.5. Importaciones de Tomate Procesado

Años	2009		2010		2011	
	(1000 \$)	TM	(1000 \$)	TM	(1000 \$)	TM
Jugo de Tomate	21	23	18	13	22	20
Salsa de Tomate	424	278	669	514	734	527
Tomate Pelado	75	57	112	85	101	80

Fuente: Elaboración Propia. FAOSTAT

6.10. Precio Internacional

La varianza de los precios internacionales dentro de los mercados se encuentra en dependencia del medio de transporte de la hortaliza y también del volumen de exportación. Al ser el tomate, un cultivo de consistencia frágil, establecido dentro de un mercado de escaso recursos e infraestructura comercial nula, la comercialización de ésta, adquiere un valor poco competitivo en el mercado externo.

De esta manera, los precios del cultivo en el mercado de Estados Unidos, en la última década, ha oscilado en un promedio de 1.50 y 2.50 dólares, la cajilla de 15 y 25 libras respectivamente¹⁹⁴. Aunque su producto, se presente disperso en los resultados de las exportaciones, el tomate es sugestivo a la demanda de éste país. Esto, se traduce en un precio relativamente alto, dado que estos valores se muestran a través de la época invernal de mayor demanda, al mismo tiempo de tomar en cuenta ciertas variedades y ciudades demandantes. Así, el mercado de Estados Unidos representa una cuota de mercado por cubrir, a pesar de que su producción interna, que se auto abastece, su posición geográfica representa una ventaja comercial para Nicaragua.

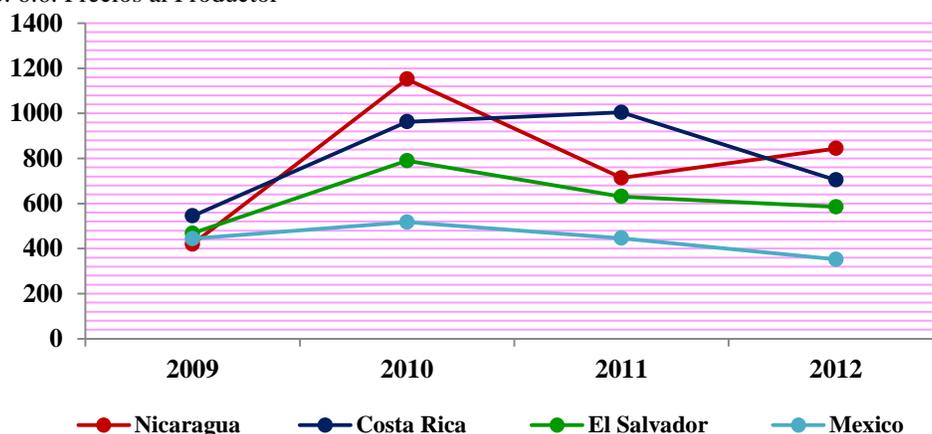
Por otra parte, el retribución primaria del cultivo de tomate, recibida por los productores, alcanza valores promedios en el mediano plazo de 783 dólares la tonelada métrica, convirtiéndolo si en un rubro rentable, para su proceso de comercialización. El desplazamiento de los precios en el mediano plazo, tienden al alza, indicando una ligera caída de valor al 2011, suponiendo un constante incremento de valor al ciclo próximo. Los precios pagados al productor de tomate exportado han sido beneficiosos, aun teniendo importantes retos en la comercialización de este.

A mayor escala, la región muestra que Nicaragua, optimiza el valor de su cultivo, alcanzando un segundo lugar entre los países productores. Costa Rica asume un primer lugar, que podría estar estrechamente relacionado al grado de tecnología insertado en los últimos años, donde la producción ofertada de este, no precede directamente de tomates frescos. La productividad alcanzada, ha tomado al cultivo, como un posible generador de aceite de uso cosmético y alimenticio en este vecino país¹⁹⁵. Vale agregar, que el resto de países vislumbran con un precio al productor inferior, donde países como: Belice, Guatemala y Honduras se hallan ausentes, de acuerdo con su nivel productivo.

¹⁹⁴ IICA. Guía Práctica para la Exportación de Estados Unidos: “Tomate”. Managua, Octubre 2006. Siendo el mercado nacional un tanto estrecho e incipiente en el manejo de los costos, el mercado de Estados Unidos representa una eficiente salida de comercialización. Así, los mercados potenciales son: Brooklyn, Miami, Florida, California, Nueva York y los Ángeles. También, se debe tener en cuenta que Nicaragua, debe emprenderse en el incremento de su productividad, razón que data de poca aceptación entre los productores.

¹⁹⁵ “Aceite de Tomate”. MAG. Costa Rica. 18.09.12. La posibilidad de agregar valor al producto, se origina en Centros de Estudio Especializados de Estados Unidos, que se han hecho extrapolables a países Centroamericanos. En especial de Costa Rica.

Grafica no. 6.6. Precios al Productor



Fuente: Elaboración Propia. FAOSTAT

Paralelamente, los precios de mercados locales presentan fluctuaciones constantes. El precio del kilogramo de tomate para 2013, se torna a la baja dentro de la región. Según el MAGFOR, los precios de Nicaragua pasan de 0.78 centavos el kilo en el 2012 a 0.49 centavos el kilo del 2013; un 37% inferior a su valor precedente. En contraste de ello, Costa Rica se muestra con una tendencia al alza, así el precio del tomate se desplazó de 0.85 centavos el kilo a 1.15 dólares, siendo superior en un 35%. De tal forma, que Honduras y Guatemala, que se hallan supuestos en los datos de FAO, retoman una tendencia al alza en el 2013.

6.11. Políticas Comerciales

De acuerdo al Sistema Arancelario Centroamericano (SAC), el tomate y sus derivados, se han clasificado dentro del capítulo 7 y 20 de las hortalizas y sus preparaciones. Cada una de las clasificaciones, asumen un arancel del 15%, a excepción de la partida arancelaria del concentrado de tomate. Así las partidas arancelarias, se muestran bajo las siguientes categorías:

Tabla no. 6.6. Partidas Arancelarias del Tomate¹⁹⁶

Códigos	Descripción	DAI	ISC	IVA	US	CAF	T W	CL	U E
0.702.00.00.0	Tomates Frescos o Refrigerados							10.	1
		15	0	E	6	0	8	5	5
2002.10.00.00	Tomates Enteros en Trozos				1.				
		15	0	15	5	0	4.5	6	9
2002.90.10.00	Concentrado de Tomate (Pastas)								
		0	0	15	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración Propia. DGA

¹⁹⁶ DGA. SAC. 2014

Tratados de Libre Comercio

Los tratados de libre comercio se basan en, estimular la concurrencia de los productos al mercado internacional e impulsar el desarrollo equilibrado y armónico de los países miembros.

- TLC Estados Unidos- Centroamérica (Nicaragua)

El tomate goza de libre entrada hacia Estados Unidos, gracias al cumplimiento de certificación de normativas, normas sanitarias y fitosanitarias, correspondientes al tratado y las medidas salvaguardias de la OMC. Así, el tomate fresco y/u refrigerado, ha sido gravado en los últimos años por un arancel del 15 y 6%. Donde también, el tomate en trozo es regulado por un arancel menor del 1.5%. Esto, como parte de las preferencias otorgadas por Estados Unidos al país.

- TLC Taiwán - Nicaragua

El arancel preferencial de este tratado, cubre productos de exportación como: los tomates frescos o refrigerados y tomates enteros y en trozos. Mostrando así un arancel un tanto superior al TLC anterior, los tomates exportados, cuentan con una presencia poco alentadora, en las relaciones de intercambio de ambos países.

- TLC Entre Centroamérica y Chile. Protocolo Bilateral entre Nicaragua y Chile

De manera ascendente, este acuerdo cobra altos aranceles a las importaciones de tomate, provenientes de Chile. Como se hacía mención dentro del capítulo cinco, el protocolo bilateral suscrito con Nicaragua, grava a los productos con el 15% (Correspondientes al DAI e IVA), el 10.5% y el 6% las importaciones de Chile. Y de igual manera, éste, tiene una presencia poco competitiva entre la lista de productos a intercambiar.

- Acuerdo de Asociación de la Unión Europea y Centroamérica

El acuerdo de Asociación, representa el arancel más alto entre el grupo de países importadores del rubro. Explicándose así, por el goce de libre entrada a productos frescos y/u semi elaborados, estipulando un arancel preferencial de 15% a tomates frescos y 9% y 15% a los tomates cortados en trozos. Teniendo presente que la Unión Europea grava con un arancel 0% a las importaciones desde Nicaragua. Como parte de los beneficios que otorga La Unión Europea a países en Desarrollo.

Particularmente, el concentrado de tomate goza de libre arancel; bajo los tratados comerciales vigentes hasta la fecha, los últimos cuatro tratados gozan de un 0% de arancel. Sin embargo, éste se halla gravado por el 15% de impuesto al valor agregado (IVA).

6.12. Indicadores de Competitividad

Los índices se desarrollaron a partir de la información compilada por FAOSTAT referentes a volúmenes de exportación e importación, en valor miles de \$. Se calculan cinco indicadores para el periodo 2009-2011. Estos cuantifican el posicionamiento de cada uno de los países centroamericanos desde una perspectiva globalizada, bajo la dinámica comercial focalizando a los principales países que producen tomate fresco en la región, tal como: Costa Rica, Guatemala, Belice, Honduras y Nicaragua. Además se agrega a México, dado el nivel de producción que formaliza este país.

6.12.1. Índice de Balanza Comercial Relativa

Este índice forma parte de la familia de indicadores de ventaja comparativa revelada, y es el más conocido. También se le suele denominar Índice de Balanza Comercial Relativa (IBCR) ya que está construido sobre el saldo comercial con información de referencia en el numerador, en relación al total de intercambios comerciales. El índice puede tomar valores positivos o negativos. Así, un índice positivo/negativo será indicativo de un déficit/superávit en el total del comercio, expresando a su vez una ventaja/desventaja en los intercambios comerciales. De esta manera, un índice mayor a cero será indicativo de un sector competitivo y con potencial¹⁹⁷. La ecuación a seguir, se muestra así:

$$IBCR_{it}^K = \frac{X_{ijt}^K - M_{ijt}^k}{X_{iwt} + M_{iwt}}$$

Los intercambios comerciales logrados con la región, en el periodo 2009-2011, señalan que Nicaragua posee una ventaja comercial de 1%, en comparación al resto de países exportadores e importadores de tomates. También, la balanza comercial presentada en relación a El Salvador, demarca una ventaja del 50% sobre tomates exportados desde Nicaragua. Los países excluidos, expresan niveles de intercambio 0% en relación al tomate.

¹⁹⁷ Durán J. Aplicaciones del Observatorio de Comercio e Integración Centroamericana. CEPAL. San Salvador, 30 de Marzo de 2012.

Tabla no. 6.7. Resultados IBCR

País	Balanza Comercial Relativa	Características
México	0%	Excluido
Guatemala	-3%	Desventaja
Belice	0%	Excluido
El Salvador	50%	Ventaja
Honduras	-12%	Desventaja
Nicaragua	1%	Ventaja
Costa Rica	-43%	Desventaja
Panamá	0%	Excluido

Fuente: Elaboración Propia. FAOSTAT

6.12.2. Índice de Trasabilidad

Este indicador mide la relación entre la balanza comercial neta y el consumo aparente, de un producto específico (tomate) en un país dado (Nicaragua); es decir la participación de las exportaciones o las importaciones en el consumo (producción más importación menos exportaciones) de un país, representado de la siguiente manera:

$$T_{ijk} = \frac{E_{ijk} - I_{ijk}}{C_{ijk}}$$

De acuerdo al conjunto de resultados, revelados por los indicadores, nuevamente se observa que las exportaciones del sector tomatero de Nicaragua, inciden únicamente en el consumo de El Salvador, donde también, las importaciones de Honduras y Costa Rica inciden en el consumo nacional en un 1% respectivamente. Evidentemente el indicador de trasabilidad se anuda a los indicadores de Grado de Apertura Exportadora y Especialización Internacional.

Estos además, indican que las exportaciones nacionales, orientas hacia el resto de países Centroamericanos, inciden sobre el consumo de éstos, en un 47%, donde la apertura exportadora y/u producción se traduce en un 77% de la demanda, al mismo tiempo, que las importaciones cubren un 29% de la demanda nacional. Cabe agregar, que la oferta y/u apertura exportadora del tomate, es dispersa entre los ciclos comerciales. Así como también, el estudio de caso refleja un intercambio nulo con países como: México, Belice y Panamá.

Tabla no. 6.8. Resultados de Índices

	Trasabilidad	Características	Apertura Exportadora	Penetración Import.
Costa Rica	-1%	Exceso de Demanda	0%	1%
El Salvador	4%	Exceso de Oferta	4%	0%
Honduras	-1%	Exceso de Demanda	0%	1%
Guatemala	0%	Intercambio Nulo	0%	0%
México	0%	Intercambio Nulo	0%	0%
Belice	0%	Intercambio Nulo	0%	0%
Panamá	0%	Intercambio Nulo	0%	0%
Nicaragua	47%	Exceso de Oferta	77%	29%

Fuente: Elaboración Propia. FAOSTAT

6.12.3. Índice de Especialización Internacional

En este indicador, se establece la participación en el mercado mundial o en un mercado en específico. Es un análisis sobre la canasta exportadora u ventajas comparativas, estadísticas o Ricardiana que especifica el grado de especialización de un producto en específico y/u sector productivo. Examina la capacidad para construir ventajas permanentes, lo cual se evidencia con el balance comercial del bien. El indicador se expresa de la siguiente manera:

$$L_{ijk} = \frac{E_{ijk} - I_{ijk}}{E_{ijk}}$$

En el mediano plazo, ha logrado construir ventajas permanentes con El Salvador; asimismo el grado de especialización representado por Nicaragua se hace negativo en un -1%, lo cual indica que el sector tomatero del país demanda impulsar el rubro en las exportaciones regionales. Especialmente para Honduras, que se consolida como un importador neto, altamente dependiente de las exportaciones de tomate de los países en la región.

Tabla no. 6.9. Resultado de Índice de Especialización

País	Especialización Internacional	Característica
México	0%	Bajo
Guatemala	0%	Bajo
Belice	0%	Bajo
El Salvador	1%	Alto
Honduras	-47.04%	Importador Neto
Nicaragua	-1%	Importador
Costa Rica	0%	Bajo
Panamá	0%	Bajo

Fuente: Elaboración Propia. FAOSTAT

7. Conclusión

- Capitulo no. 1 Comercio Global

En los últimos años, el sistema del comercio mundial, ha sufrido la metamorfosis de sus cimientos; adheridos a los efectos provocados por la crisis financiera-económica global. Estableciendo a su vez, un balance comercial, entre los factores de producción y las técnicas de producción, que han sido insertados en los sectores económicos alternativos de las naciones. Vislumbrando en ello, el sector primario, que se halla resumido a un más, a las técnicas provisionales de una agricultura de subsistencia, es decir, un sector agrícola “No Tradicional”. Que ha sido impulsado por parte de cadenas agroalimentarias e industriales, las cuales se suman al eslogan de países desarrollados, tal como lo es: el objetivo no. 1 del milenio, que afronta el desafío de un Crecimiento sostenible.

La agricultura no tradicional, ha dispuesto sus esfuerzos, por ajustar los desafíos del comercio, que se definen bajo el incremento de la población mundial, un porcentaje reducido de la población que trabaja en este sector, productividad incipiente de los cultivos y una creciente urbanización. Resultando así, una desigualdad mayor entre los patrones de consumo que en última instancia, acentúa las perturbaciones del clima en la producción mundial y los términos de intercambio.

- Capitulo no. 2 Desarrollo No Tradicional Agrícola y Agroindustrial de Exportación

El acoplamiento logrado, entre las exportaciones y la producción de los no tradicionales, ha logrado una cobertura total de los factores de producción. El consumo interno se ve atraído por los productos. La mayor cobertura está dada por productos como: Plátanos, Fruta Cítrica, Bananos, Papas, Piñas y Yuca. La cadena de comercialización, atraviesa por un rezago, dado por la informalidad de su mercado. El mercado no tradicional, es de Infraestructura monopolizada, empero de que ha buscado afianzar los sistemas productivos, reducir la pobreza y la inseguridad alimentaria.

Existen productos pocos perceptibles de crédito, girando en función de la formación bruta de capital (FBK), respaldados también, por los programas de desarrollo agrícola, éstos se hallan en dependencia del gremio. La inversión del sector, se hace escasa frente a la participación institucional de los rubros en el balance nacional. Localizándose así, dentro de las industrias procesadoras de estos cultivos. Fragilidad de los salarios en el sector, ha trastocado en el mediano plazo, el estándar de vida de sectores altamente empobrecidos. Prevalciendo a nivel nacional, una demanda constantes de productos, tanto frescos como semi elaborados.

- Capitulo no. 3 Competitividad de los Productos Agrícolas No Tradicionales

La dinámica comercial de los cultivos, demarca bajo una reducida cuota de mercado. Considerando al mercado interno, como un potencial hasta el momento no explotado. De tal forma, que el crecimiento de las exportaciones se ha encontrado en dependencia de pequeños productores y asociaciones, en un rol balanceado, por políticas públicas y apoyo no gubernamental. Perfilando con una dinámica real, de exportación: los plátanos, frutas, bananos, Quequisque y malanga, cebolla y piña. De los cuales, se visualizan con una ventaja mayor frente a mercado Centroamericano, a la Yuca, Fruta Fresca, Cebolla y Plátanos. En cuyo caso, han hecho del mercado no competitivo, al concentrarse en una reducida lista de productos.

Capitulo no. 4 Precios Internacionales

Las fluctuaciones de los precios internacionales, se hallan estrechamente ligadas al comportamiento de la oferta y demanda, dejados por la crisis y las condiciones climatológicas. Los precios del mercado no tradicional, se han pronunciado con un importe caro, por lo que se podría aseverar que el rezago observado hasta ahora del sector nacional, obedece de forma directa a los precios. Tomando en cuenta la estreches del mercado nacional.

La economía hace residente a la inflación, en cuanto a los altos precios del petróleo, sopesando la labor comercial que enfrentan los productos. El desplazamiento de los precios de este sub sector, corresponde al incremento de la demanda de biocombustibles. Lo que supone también, que Nicaragua se ha dedicado a la producción de monocultivos, dejando que el incremento en los costos lo desvíe, de ésta frontera de producción.

Capitulo no. 5 Política Comercial

Los cultivos no tradicionales, irrumpe dentro de esta dinámica comercial, cumpliendo con ciertos objetivos de política, puntualizando así:

1. Garantizar el derecho de propiedad privada - Condiciones Favorables a Inversionistas
2. Participación de los trabajadores – Programas Económicos Inclusivos
3. Beneficios tributarios a las exportaciones – Asegurar el deslizamiento cambiario del 5%, incrementando la demanda a través de los TLC.

Hasta ahora el uso de la política, sobre pasa ciertos aspectos importantes del comercio justo, para éstos productos, destacando el Salario Real, que permita condiciones de vida digna. Se podría aseverar, que esto, ha frenado el desarrollo de una dinámica comercial justa. Generando un lastre en los últimos años, obstaculizando la formalización del mercado, que se dificulte la acumulación de intermediarios y afloren nuestros productos dentro de los tratados de libre comercio, logrados hasta ahora.

- Capitulo no. 6 Estudio de Caso del Tomate

Las características del mercado nacional de tomates, determinan que los principales productores a nivel mundial y regional, producen más, para auto consumo y no para comercialización, dejando una libre cuota de mercado por cubrir. Siendo el caso de Nicaragua, un poco disímil del comportamiento de éstos en los últimos años, la producción ha sido dedicada primordialmente a las exportaciones y/u demanda externa. Concentrándose en una reducida y limitada cuota de mercado. Las variedades no se reconocen entre oferta, El Salvador encabeza sus destinos de exportación. Se observa que las importaciones obedecen a una mayor demanda de tomate procesado en pastas. Paralelamente los precios tienen al alza. Los intercambios se inclinan más a la oferta de tomates frescos.

La variante de este cultivo, es que ha contado con la inserción de tecnología, que ha permitido el incremento de los rendimientos. Su análisis es revelador, puesto que pone de manifiesto las debilidades del sector en referencia de los no tradicionales. Nicaragua se mueve con una reducida ventaja de intercambio entre la región, siendo poco competitivo en las exportaciones del rubro, existe exceso de demanda a nivel nacional y se define como un importador del bien a pesar de producirlo.

8. Recomendaciones

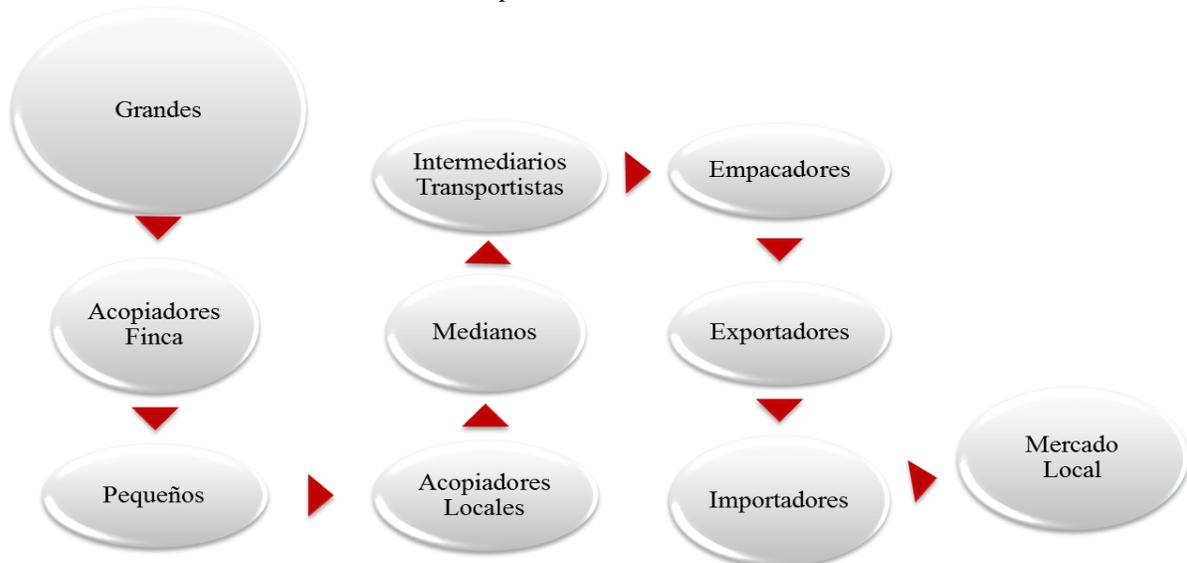
1. Diversificar la paleta exportadora del sector agrícola, para la generación de ingresos y posteriormente alcanzar, el posicionamiento de los productos, como un mercado de referencia, frente a las tendencias del mercado internacional.
2. Se hace necesario formalizar al sector dentro del balance nacional. Estimulando el valor agregado de los productos, en base a los proyectos de desarrollo comunitario, de manera que resulten atractivos a la inversión y al financiamiento, por su fácil transformación y/u reducidos costos. Creando encadenamientos sólidos de productos agrícolas No Tradicionales. Esto como parte, de la estructura que presenta el mercado.
3. Se debe regular constantemente la dinámica comercial, no olvidando la presencia de productos potenciales sugestivos a la demanda. Asistiendo las necesidades del sector, de manera tal, que se auto financien u capitalicen las bases comerciales de los distintos rubros, para los pequeños productores, impulsando así una cultura exportadora. En cuyo caso, es una tarea que tiene que ser promovida dentro de los diversos ministerios en conjunto de asociaciones y cadenas productivas y/u canales de distribución. Alcanzando así, un desarrollo integral del sector agrícola no tradicional.
4. Desplegar una proporción del gasto al sub sector agrícola, para crear mecanismos de defensa a las fluctuaciones de los precios. Estableciendo las bondades de los productos, con asistencia técnica y así mejorar rendimientos, ofertando productos fuera de temporada y con un alto valor agregado. Haciendo de estos, una oferta sugestiva, no solo al mercado regional, sino hacia un nuevo horizonte comercial. Resguardando a su vez, la seguridad alimentaria de la nación, en la que supondría un fácil acceso de los productos para consumo interno, aun frente a las variaciones de los precios. Finalmente disintiendo de importaciones y evitando elevar costos a través de intermediarios.

5. Es necesario forjar las bases del comercio justo dentro del mercado no tradicional; como una política necesaria para el desarrollo comercial de estos. Iniciando con la revaluación del salario real de trabajadores, radicados en el sector. Esto estimularía la participación temprana de pequeños productores al insertarse en el juego de oferta demanda de los cultivos. Tomando como principio, que los dueños de pequeñas parcelas, juegan un doble rol, el de productor y de trabajador.
6. De acuerdo a la descripción del cultivo de Tomate, se debe promover la industrialización del cultivo, de manera que los productores oferentes en finca, desarrollen el debido tratamiento de productos y la distribución directa del cultivo a mercados y/u supermercados. Cubriendo las exigencias y pesadumbres halladas hasta ahora, en el mercado interno.

Las exportaciones del rubro deben iniciarse, en conjunto de las recomendaciones habidas para el sector no tradicional.

9. Anexos

Cadena de Valor de Frutas Frescas/Cítricas Exportadas.



Fuente: Elaboración Propia. CEI.

10. Bibliografía

- ADDAC. (2009). *Análisis de la Cadena de Valor de Malanga*. Matagalpa; Nicaragua: Publicación ADDAC.
- AFP. (Octubre de 2012). *Autocultivo: La nueva tendencia*. La Prensa, pág. 1.
- AFP. (Octubre de 2012). *Autocultivo: La Nueva Tendencia*. La Prensa, pág. 1 C.
- Agronoticias. (6 de Junio de 2014). *Altibajos en la Producción de Tomate en México*. México. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura : <http://www.fao.org/agronoticias/agro-noticias>
- AGROS. (2011). "Valor Nutricional del tomate". Obtenido de AGROS: <http://www.agros.com.mx/home.aspx>
- Álvarez, G. (19 de Enero de 2009). "Pitahaya Nicaraguense con aceptación en Europa". *El Nuevo Diario*.
- Álvarez, L. (14 de Diciembre de 2013). "Tomateros Piden Diálogo". *La Prensa*, pág. 12 A.
- Arguello, R. C. (2007). *Biocombustibles: Inversionistas esperan señales*. Diario Electronico Confidencial.
- Arias, P., Dankers, C., & Liu, P. (2004). *Economía Mundial del Banano 1985-2002*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación: <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/007/y5102s/y5102s00.pdf>
- BANPRO. (s.f.). *Productos y Servicios/ Crédito Agropecuario*. Recuperado el 2014, de Banco de la Producción, S.A: https://www.banpro.com.ni/ps_productos-credito.asp
- Barrios, O. (6 de Junio de 2012). *Productores de Yuca Interesados en Tecnología Brasileña*. *El Nuevo Diario*.
- BASIC. (24 de Septiembre de 2014). *Bananos a Bajos Precios. ¿Quién Paga? Alemania*: Publicación Instituto de Investigación Frances.
- BCIE. (2014). *Estrategia de País Nicaragua (2013-2017)*. Obtenido de Banco Centroamericano de Integración Económica : <http://www.bcie.org>
- BCN. (2013). "Economía Mundial". *Informe Anual*. Managua: Banco Central de Nicaragua.
- BCN. (2013). *Informe Anual 2012*. Managua; Nicaragua : Publicación Banco Central de Nicaragua.
- BCN. (s.f.). *Precios Internacionales de los Principales Productos*. Base de Datos . Recuperado el Noviembre de 2014, de Banco Central de Nicaragua : <http://www.bcn.gob.ni>
- Bello, R. V. (Abril de 2013). *Rivas produce plátano in vitro*. *La Prensa*, pág. 2 C.
- BIID. (3 de Marzo de 2010). *La era de la Productividad. Cómo transformar las economías desde sus cimientos*. Obtenido de Centro de Exportaciones e Inversiones Nicaragua : <http://www.cei.org.ni>
- BIID. (2014). *La Próxima Despensa Global. Cómo América Latina puede Alimentar al Mundo*. . Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo : <http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2014/14147es.pdf>
- BM. (2012). *Empleo*. 1818 H Street NW, Washington DC 20433: Banco Mundial.

Comercio No Tradicional

- BM. (s.f.). *Tierras Cultivables (% del área de tierra) 2010-2012*. Recuperado el 2014, de Banco Mundial : <http://datos.bancomundial.org/indicador/AG.LND.ARBL.ZS>
- Borge, M. G. (2002). *Cultivando Tomates con Menos Riesgos. Nicaragua: Publicaciones de es.scribd.com*.
- Bucardo, A., Rojas, V., & Huerdo, F. (2013). *Primer Contenedor de Pitahaya Rumbo a Estados Unidos*. (D. y. (Videoteca), Entrevistador)
- CAESP. (2013). *Índice de Seguridad Alimentaria 2001 - 2012*. Obtenido de Centro de Análisis Estratégicos para la Agricultura. : <http://www.iica.int>
- CAF. (2013). *La Infraestructura en el Desarrollo Integral de América Latina*. Bogotá, Colombia : Publicaciones.caf.com.
- CEI. (s.f.). "Potencial de los Suelos de Nicaragua". Recuperado el 2014, de Centro de Exportaciones e Inversiones de Nicaragua : <http://www.cei.org.ni/contenido.php?lvl=1&lvl2=2&lvl3=50>
- CEI. (Diciembre de 2009). *Pyme rural, Sondeo de 16 Productos*. Managua, Nicaragua : Centro de Exportaciones e Inversiones. Obtenido de Centro de Exportaciones e Importaciones.
- CEI. (2010). *CV9 Cacao en Nicaragua. Análisis de la Cadena de Valor*. Obtenido de Centro de Exportaciones e Inversiones de Nicaragua : http://www.cei.org.ni/images/export_value_cacao_nicaragua.pdf
- CEI. (2011). *CV 19 Frutas Exóticas y Tropicales en Nicaragua. Análisis de la Cadena de Valor*. Obtenido de Centro de Exportaciones e Inversiones de Nicaragua : http://www.cei.org.ni/images/export_value_exotic_fruit_nicaragua.pdf
- CEI. (2011). *Mercado del Jengibre. Japón, Estados Unidos, Canadá y Suiza*. Obtenido de Centro de Exportaciones e Inversiones Nicaragua : http://www.cei.org.ni/images/file/Mercados_%20Jengibre.pdf
- CEI. (1 al 15 de Diciembre de 2012). *Pitahayas Nicaraguenses a Mercados Internacionales*. Obtenido de Centro de Exportaciones e Inversiones de Nicaragua : http://www.cei.org.ni/notiexport/No184/notiexport_184.html
- CEI. (2013). *Política Industrial: ¿El eslabón perdido en el debate de las Cadenas Globales de Valor?* Revista Argentina de Economía Internacional, 3-5.
- CEI. (2013). *Sector Agrícola/ Oferta Exportable de Nicaragua*. Obtenido de Centro de Exportaciones e Inversiones : <http://www.cei.org.ni>
- CEI. (16 al 30 de Septiembre de 2014). *Cooperativas de la RAAS analizando el Potencial Exportador del Palmito*. Managua : Publicación del Centro de Exportación e Inversión de Nicaragua .
- CEI. (s.f.). *Potencialidades de Cada Sector Económico*. Recuperado el Septiembre de 2014, de Centro de Exportaciones e Inversiones Nicaragua : <http://www.cei.org.ni/contenido.php?lvl=1&lvl2=2&lvl3=51>
- CEI-RD. (2010). "Perfil Económico del Tomate". Obtenido de Centro de Exportación e Inversión República Dominicana : <http://cei-rd.gov.do>

Comercio No Tradicional

- CEPAL. (2013). *Tres Décadas de Crecimiento Desigual e Inestable*. Obtenido de Comisión Económica para América Latina y el Caribe : <http://www.cepal.org>
- CEPALSTAT. (s.f.). *Salario Mínimo Oficial del Peón Agrícola 2009-2010*. Recuperado el Diciembre de 2014, de Centro de Estadísticas de América Latina y el Caribe : <http://estadisticas.cepal.org>
- CEPALSTAT. (s.f.). *Índice de Tipo de Cambio Real Efectivo 2009-2013*. Recuperado el Enero de 2015, de Centro de Estadísticas para América Latina y el Caribe : <http://estadisticas.cepal.org>
- CEPALSTAT. (s.f.). *Población Desocupada del Sector Rural 2010*. Recuperado el Enero de 2015, de Centro de Estadísticas para América Latina y el Caribe : <http://estadisticas.cepal.org>
- CEPALSTAT. (s.f.). *Producto Interno Bruto Total y Agropecuario en Dólares. 1980-2010*. Recuperado el 2014, de Centro de Estadísticas de América Latina y el Caribe : <http://estadisticas.cepal.org>
- Cerros, I. B. (15 de Junio de 2011). "Causas y Efectos de la Escases de Alimentos. *El Nuevo Diario*.
- CETREX. (Junio de 2012). *Las Exportaciones de Nicaragua suben un 11%*. *El Nuevo Diario*.
- CETREX. (s.f.). *LEY DE ADMISIÓN TEMPORAL PARA PERFECCIONAMIENTO ACTIVO Y DE FACILITACIÓN DE LAS EXPORTACIONES*. Recuperado el 2014 de Junio de 2014, de Centro de Tramites de las Exportaciones : <http://www.cetrex.gob.ni>
- Chamorro, P. A. (24 de Julio de 2013). *Disfruta de los Beneficios de la Pitahaya*. *El Nuevo Diario*.
- Chavez, P. A. (Enero de 2011). *Comercio Exterior de la Región de Lambayeque y sus Ventajas Comparativas*. Obtenido de Universidad Nacional del Callao: <http://www.unac.edu.pe>
- Chiriboga, M., Chehab, C., & Salgado, V. (2013). *Alianzas Público Privadas para el Desarrollo de los Agro Negocios. Informe de País: el Ecuador*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- CPML. (2012). *Manual Tecnológico para el Proceso de "Mermelada de Piña"*. Nicaragua : *Publicación del MIFIC*.
- CRM. (2011). *Conglomerado Agrícola Plátano*. Obtenido de Cuenta Reto del Milenio : <file:///C:/Users/Invitado/Downloads>
- DGA. (2014). *Sistema Arancelario Centroamericano (SAC)*. Obtenido de Dirección General de servicios Aduaneros : <http://www.dga.gob.ni/sac01.cfm>
- DRACMA. (2013). *Economía y Finanzas. Las Instituciones Financieras Globales*. DRACMA, 35.
- E., A. (21 de Marzo de 2013). *TLC Nicaragua-México*. Obtenido de Sistema de Información Sobre Comercio Exterior : <http://www.sice.oas.org>
- Educarchile. (s.f.). *¿Por qué sube el precio del petróleo?* Recuperado el Enero de 2015 , de Educarchile: <http://www.educarchile.cl>
- EFE. (Noviembre de 2014). *Científicos Lusos Producen Electricidad y Fertilizantes a Partir de la Orina*. *América Economía*.

Comercio No Tradicional

- El Nuevo Diario*. (4 de Marzo de 2011). *Auguran Aumento de las Exportaciones de Flor de Caña a Chile*. *El Nuevo Diario*.
- Estrada, J. M., & Vallejos, S. B. (Diciembre de 2011). *Estrategia de comercialización de piña (Ananas Sativus Schult), y Pitahaya (Hylocereus Undatus Haw) y sus derivados*. Managua, Nicaragua.
- FAO. (18 de Febrero de 2011). *Las causas del aumento de precios y de la crisis alimentaria en el mundo. América Latina y el Caribe*.
- FAO. (s.f.). *El papel de la Agricultura en los Países Menos Adelantados y Su Integración Mundial*. Recuperado el 2015, de Departamento Económico y Social de la FAO: <http://www.fao.org/docrep/003/Y0491s/y0491s01.htm>
- FAO. (2007). *Un sistema Integrado de Censos y Encuestas Agropecuarios*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura : <ftp://ftp.fao.org>
- FAO. (2009). *El estado de los Productos Básicos Agrícolas*. Obtenido de Organización para la Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación : <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/012/i0854s/i0854s.pdf>
- FAO. (2011). *Estado Mundial de la Agricultura y la Alimentación 2010-2011*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.
- FAO. (2011). *Volatilidad de los Precios en los mercados agrícolas (2000-2010: Implicaciones para América Latina y Opciones de Políticas*. Santiago de Chile : Publicación de FAO.
- FAO. (Febrero de 2012). "Análisis de la Cadena de Valor de Hortalizas con énfasis en Seguridad Alimentaria y Nutricional". Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) Nicaragua. : <http://coin.fao.org>
- FAO. (27 de Septiembre de 2012). "La producción Mundial de Fruta Tropical Alcanzara 82 Millones de Toneladas en 2014". *Mundial*. Obtenido de Agro Noticias FAO.
- FAO. (4 de Septiembre de 2012). *Vietnam destrona a Brasil como primer exportador mundial de café*. Brasil.
- FAO. (2013). "El cultivo del Tomate con Buenas Prácticas Agrícolas en la Agricultura Urbana y Periurbana". Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura : <http://www.fao.org/3/a-i3359s.pdf>
- FAO. (2013). *El Estado de la Alimentación y la Agricultura*. Obtenido de Organización de los Alimentos y la Agricultura de las Naciones Unidas: <http://www.fao.org/publications/sofa/2013/es>
- FAO. (2013). *Perspectiva de la Agricultura y del desarrollo rural de las Américas. Una mirada hacia América Latina y el Caribe 2014*. San Jose; Costa Rica: Publicación de FAO.
- FAO. (27 de Enero de 2014). *Los productores de coco de las Filipinas luchan para recuperarse tras el tifón*. Manila, Tacloban.
- FAO. (s.f.). *AGUA; La Agenda de Desarrollo Post - 2015 y los Objetivos de Desarrollo del Milenio*. Recuperado el 2014, de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura : <http://www.fao.org/post-2015-mdg/14-themes/water/es/>

Comercio No Tradicional

- FAOSTAT . (s.f.). *Exportaciones por Productos Basicos 2009-2011*. Recuperado el Noviembre de 2014, de Organización de los Alimentos y la Agricultura de las Naciones Unidas : <http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx>
- FAOSTAT. (s.f.). *Producción/ Superficie Cultivada (Ha) 2009-2012*. Recuperado el 2014, de División de Estadísticas. Organización de los Alimentos y la Agricultura de las Naciones Unidas : <http://faostat3.fao.org/download/Q/QC/E>
- FEPLEX. (11 de Octubre de 2012). *Amplia Alemania Producción y Consumo de Tomate* . Obtenido de Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores : <http://www.freshplaza.es>
- FIDA. (2010). *Programa de Desarrollo Rural de la Costa Caribe de Nicaragua (NICARIBE)*. Nicaragua : *Publicación del Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola* .
- FMI . (17 de Marzo de 2011). *El aumento de los precios de los alimentos haber llegado para quedarse*. Obtenido de Fondo Monetario Internacional : <http://www.imf.org>
- France Diplomatie. (s.f.). *Francia, Primera Potencia Agrícola de Europa*. Obtenido de <http://www.diplomatie.gouv.fr>
- FUNICA. (s.f.). *Uso de Semillero Tapado de Tomate de Seis Localidades de Matagalpa y Jinotega*. Recuperado el 12 de Febrero de 2015, de Fundación para el Desarrollo Tecnológico Agropecuario y Forestal de Nicaragua : http://www.funica.org.ni/docs/man_inte_plags_24.pdf
- García, Z. (2006). *Agricultura, expansión del comercio y equidad de género*. Obtenido de Depósitos de documentos de la FAO: <http://www.fao.org>
- Gómez, C. (7 de Septiembre de 1998). *El Pensamiento Mercantilista* . Obtenido de Universidad de Alcalá: <http://www2.uah.es/econ/hpeweb/HPE981.html>
- GRUN . (2013). *Programa Económico-Financiero 2013-2016* . Nicaragua : *Publicación del Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional de la República de Nicaragua*.
- GRUN. (2012). *Banco produzcamos Contribuye al Desarrollo Económico y Social del país Apoyando a los Pequeños Prouctores*. *Publicación Revista Correo Tortilla con Sal*.
- Hernandez, B. (Septiembre de 2009). *La Empresa Agraria y la Política Agraria*. Obtenido de Literanic: <http://literanic.blogspot.com>
- IFRI. (Octubre de 2012). *Índice Global del Hambre 2012. Seguridad Alimentaria Sostenible en Situaciones de Penuria de Tierras, Agua y Energías*. Obtenido de International Food Policy Research Institute: <http://www.ifpri.org/sites/default/files/publications/ghi12es.pdf>
- IICA . (2012). *El aumento de los Precios por causa de la sequía en los Estados Unidos* . San Jose; Costa Rica : *Publicación del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura*.
- IICA. (Octubre de 2006). *Guía Práctica para la exportación de Estados Unidos "Tomate"*. Obtenido de Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura : <http://www.bio-nica.info/biblioteca/iica2006tomate.pdf>

Comercio No Tradicional

- JICA. (s.f.). *20 Años de Cooperación en Nicaragua/Memoria*. Recuperado el 2014, de Agencia de Cooperación Internacional del Japón : <http://www.jica.go.jp>
- JICA. (Febrero de 2013). *Estudio de Mercado de Japón para Frutas Procesadas Nicaraguense*. Obtenido de Agencia de Cooperación Internacional del Japón : <http://www.jica.go.jp>
- Julio Paz; Henry Benavides. (2008). *Evolución de los precios de Productos Agrícolas: Posible Impacto en la Agricultura de América Latina y el Caribe*. Publicación de Repeica.
- Katz, E., & Melo, Ó. (Diciembre de 2009). *Tipo de Cambio y Competitividad de la Agricultura Chilena*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica de Chile: <http://repositorio.uc.cl>
- Kouzmine, V. (Junio de 2000). *Exportaciones No Tradicionales Latinoamericanas: Un enfoque no tradicional*. Obtenido de NU. CEPAL. Unidad de Comercio Internacional: <http://www.cepal.org>
- Krugman, P. (2012). *Segunda Edad de Oro*. En P. Krugman, ¡Acabad Ya con Esta Crisis! (págs. 43-55). *CRÍTICA*.
- La Gaceta . (17 de Diciembre de 2012). "Ley no. 822. Ley de Concertación Tributaria". Año CXVI. La Gaceta , pág. 22.
- Leytón, R. S. (2013). *Nicaragua: Economía y Desarrollo*. En R. S. Leytón, *Reflexiones Sobre Economía desde Nicaragua* (págs. 49-55). Managua: Copy Expres S.A.
- Lima, J. D. (30 de Marzo de 2012). "Aplicaciones del Observatorio de Comercio e Integración Centroamericana". Obtenido de CEPAL, División de Comercio Internacional e Integración: <http://www.cepal.org>
- Mackenzie, A. C. (2006). "Situación de la Producción Mundial y Nacional de Tomate". Publicación www2.inia.cl.
- MAEC. (2014). *Bangladesh República Popular de Bangladesh*. España : Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación .
- MAGA . (Septiembre de 2014). *Perfil Comercial del Tomate* . Obtenido de Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación : <http://web.maga.gob.gt>
- MAGFOR . (Octubre de 2008). *Sub Programa Naional de Frutas y Hortalizas* . Obtenido de Ministerio Agropecuario y Forestal : <http://www.magfor.gob.ni>
- MAGFOR. (2008). *Subprograma Nacioanal de Frutas y Hortalizas* . Managua : Publicación de magfor.gob.ni.
- MAGFOR. (2011). *Informe de Producción Agropecuario Acumulado a Agosto de 2011*. Managua: Publicación del Ministerio Agropecuario y Forestal .
- MAGFOR. (24 de Mayo de 2012). "Productores Cultivan Tomates en Macro Túneles" . Obtenido de Ministerio Agropecuario y Forestal : <http://www.magfor.gob.ni/noticias/2012/mayo/tomate.html>
- MAGFOR . (26 de Agosto de 2013). "Habrá Suficiente Producción de Hortalizas". Obtenido de Ministerio Agropecuario y Forestal: <http://www.magfor.gob.ni/noticias/2013/agosto/sufiprod.html>

Comercio No Tradicional

- MAGFOR. (s.f.). *Financiamiento Agrícola: Ciclo Agrícola 2011/12*. Recuperado el Junio de 2014, de Ministerio Agropecuario y Forestal : <http://www.magfor.gob.ni>
- MAGFOR. (s.f.). *TLC Nicaragua-Estados Unidos* . Recuperado el Febrero de 2014, de Ministerio Agropecuario y Forestal : <http://www.magfor.gob.ni>
- MAGFOR. (17 de Octubre de 2008). *Insumos Basicos para la Producción Agrícola 2009-2010; Propuestas de Ejecución*. Obtenido de Ministerio Agropecuario y Forestal : <http://www.magfor.gob.ni>
- MAGFOR. (Septiembre de 2009). *Plan Nacional de Desarrollo Humano Actualizado 2009-2011. Resumen Técnico*. Managua , Nicaragua.
- MAGFOR. (19 al 25 de Noviembre de 2012). *Reporte Semanal de Precios Agropecuarios* . Managua , Nicaragua .
- MAGFOR. (21 de Junio de 2013). *"Sale primer contenedor de Pitahaya rumbo a Estados Unidos. Primera vez que se exporta Fruta Fresca en la historia comercial de Nicaragua*. Masaya , Nicaragua .
- MAGFOR. (Noviembre de 2013). *Avanza Siembra de Raíces y Tubérculos/Noticias* . Managua , Nicaragua .
- MAGFOR. (Septiembre de 2013). *Informe de Avance Sectorial*. Obtenido de Ministerio Agropecuario y Forestal : <http://www.magfor.gob.ni/prorural/SesionDialogo2013>
- MAGFOR. (s.f.). *TLC Centroamérica-República Dominicana* . Recuperado el Febrero de 2015, de Ministerio Agropecuario y Forestal : <http://www.magfor.gob.ni>
- Martinez, J. M., & Cordero, M. (23 de Diciembre de 2009). *La Integración Económica Centroamericana y sus perspectivas frente a la crisis internacional*. Obtenido de Sede Subregional de la CEPAL en México: <http://www.integracionycooperacion.org>
- MDGIF. (30 de Junio de 2013). *"Egipto: Cadenas de Valor Hortícolas en Beneficio de los Pobres en el Alto Egipto"*. Obtenido de Fondo para el Logro de los Objetivos del Milenio (ODM): <http://www.mdgfund.org/es/program/favordelospobreshorticulturacadenasdevalorenelaltoegipto>
- Mendoza, F. (28 de Febrero de 2013). *"La Crisis de la Cebolla"*. *El Nuevo Diario*.
- MIFIC . (Septiembre de 2005). *Elaboración de de Ficha Producto Mercado. Producto: Pulpa de Pitahaya* . Obtenido de Ministerio de Fomento Industria y Comercio : <http://www.mific.gob.ni>
- MIFIC . (Agosto de 2007). *"Ficha de Tomate"*. Obtenido de Ministerio de Fomento Industria y Comercio : <http://cenida.una.edu.ni>
- MIFIC . (2009). *Ficha Producto Cebolla* . Managua : Publicación de Ministerio de Fomento Industria y Comercio
- MIFIC . (2013). *Seguimiento de la Política Comercial de Nicaragua* . Obtenido de Ministerio de Fomento Industria y Comercio : <http://www.mific.gob.ni>
- MIFIC . (2014). *Informe Relaciones Comerciales Nicaragua-Taiwan* . Managua : Publicación MIFIC.

Comercio No Tradicional

- MIFIC . (s.f.). Resultado del Acuerdo de las Negociaciones UE- Centroamérica . Recuperado el Febrero de 2015, de Ministerio de Fomento Industria y Comercio : <http://www.mific.gob.ni>*
- MIFIC. (Septiembre de 2005). Elaboración de Ficha Producto Mercado. Producto: Pulpa de Pitahaya . Obtenido de Ministerio de Fomento Industria y Comercio : <http://www.mific.gob.ni>*
- MIFIC. (2010). Ficha Producto "OCRA". Managua; Nicaragua : Publicación IICA .*
- MIFIC. (2011). Comercio Justo. Oportunidades para Nicaragua en Mercados Internacionales. Obtenido de Ministerio de Fomento Industria y Comercio: <http://www.mific.gob.ni/Portals>*
- MIFIC. (2011). Informe Anual de Comercio Exterior . Managua; Nicaragua: Publicación de Ministerio de Fomento Industria y Comercio.*
- MIFIC. (2012). Análisis de Encadenamientos Productivos para la Generación de Valor Agregado en nueve cadenas agroalimentarias ubicadas en la zonas de Mayor Potencial Productivo en Nicaragua . Managua : Pubicación del MIFIC .*
- MIFIC. (2013). Informe de Relaciones Comerciales Nicaragua-Estados Unidos 2012. Managua : Publicación del MIFIC.*
- MIFIC. (2014). Ficha Snack de Bananos- Canada . Nicaragua : Publicación del Ministerio de Fomento Industria y Comercio .*
- MinAgricultura . (2014). Boletín de Comercio Exterior Agropecuario y Agroindustrial . Publicación del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.*
- Nación . (4 de Octubre de 2011). Costa Rica: Agro Prevé lucha por mano de obra párr Próximas Cosechas. La Nación .*
- Obando, A. d. (Noviembre de 2010). Seguridad Alimentaria y Nutricional de las Familias Rurales de las Comarcas: Los 24 Cortezas y las Montañitas N° 2 del Departamento de Masaya- Municipio de Tisma, Noviembre de 2009- Junio de 2010. Obtenido de Universidad Naciona Agraria: <http://cenida.una.edu.ni/Tesis/tne10r934.pdf>*
- OCDE - FAO. (2013). Perspectivas Agrícolas 2013 - 2022. . Texcoco, México. Obtenido de Universidad Autonoma de Chapingo.*
- Odarda, O. (2012). Mercado de Ajo en China. Beijing: Consejería Agrícola de la Embajada de Argentina en la República Popular de China.*
- OEI. (31 de Diciembre de 2011). Programa Cultivos No Tradicionales . Obtenido de Organización de Estados Iberoamericanos : <http://www.mined.gob.ni>*
- Olivas, J. (6 de Julio de 2012). Innovaciones para producir hortalizas de calidad. (G. Hernández, Entrevistador)*
- OMC. (2012). Matriz del Comercio Mundial de Mercancías; por productos y por regiones 2011-2013. Recuperado el Diciembre de 2014, de Organización Mundial del Comercio : https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/its2012_s/its12_appendix_s.htm*

Comercio No Tradicional

- OMC. (s.f.). *Acuerdo Sobre la Agricultura*. Recuperado el Diciembre de 2014, de "Los Acuerdos de la OMC": https://www.wto.org/spanish/tratop_s/agric_s/agric_s.htm
- Pellandra, A., & Fuentes, J. A. (Agosto de 2011). *El estado actual de la integración en Centroamérica*. Obtenido de Sede Subregional de la CEPAL en México: <http://repositorio.cepal.org>
- PrensaLibre . (5 de Octubre de 2009). *Guatemala: Aumentan cultivos en invernaderos*. Centralamericadata.com .
- PRO Nicaragua . (8 de Octubre de 2013). "Nicaragua Lider la Producción de Pitahaya en Centroamérica" . Obtenido de PRO Nicaragua : <http://www.pronicaragua.org>
- PRO Nicaragua . (s.f.). *Procesamiento de Alimentos; Perfil del Sector*. Recuperado el 2014, de PRO Nicaragua : <http://www.pronicaragua.org/es/oportunidades-de-inversion/procesamiento-de-alimentos>
- PRO Nicaragua/MIFIC. (2014). *Guía del Inversionista 2014-2015. Doing Business in Nicaragua* , 40-41.
- PROCOMER, (18 de Septiembre de 2012). *Aceite de Tomate* . Centralamericadata.com.
- Prom Perú. (2013). *Informe Especializado Consumo de Frutas y Hortalizas Frescas en Rusia* . Perú: Publicación de siicex.gob.pe.
- Pyme rural . (27 al 29 de Noviembre de 2014). *Nicaragua: PYMERURAL fortalece y desarrolla capacidades en MIPYME's de la agroindustria en la elaboración de nuevos productos*. Managua , Nicaragua .
- Quiroz, L. (15 de Mayo de 2012). *Fundamentos del Modelo Económico H-0 (Modelo Heckscher-Ohlin)*. Obtenido de Pontifica Universidad Católica del Ecuador: <http://www.puce.edu.ec>
- Ramirez, N. C. (2008). "El Desarrollo Económico de la India". Dossier. DRACMA, 4-5.
- Ramirez, N. C. (2012). *Gira de Campo: La Garnacha Estelí*. Asignatura: Economía Agrícola. Estelí.
- RC. (31 de Julio de 2014). *Grupo Pellas y Motta Adquieren Tico Frut*. El Nuevo Diario .
- Rivas, C. (2008). *Tratados y Acuerdos Comerciales Negociados por Nicaragua*. Managua: Publicación del CENIDA.
- Rivas, R. L. (26 de Mayo de 2012). *Producción de Tomate con Calidad e Inocuidad en el Norte de Nicaragua*. Diario Electronico. *La Lucha Sigue*.
- Rómulo, S. L. (2013). *Reflexiones Sobre Economía desde Nicaragua* . Managua : Copy Expres S.A.
- Ruiz, G., & Gallegos, N. A. (28 de Junio de 2012). *¿Cuanto Tomate debe llevar la cajilla?* La Prensa, pág. 2 C.
- SAGARPA. (2013). *Perspectivas de los Productos Agrícolas para 2013; Nuevos Actores en el Sistema Alimentario Mundial*. *Claridades Agropecuarias* , 3-15.
- Salvatore, D. (1999). *Crecimiento Económico y Comercio Internacional*. Capítulo 7. En D. Salvatore, *Economía Internacional de Salvatore* (págs. 185-192). México: Pearson Education.
- Sánchez, E. (31 de Mayo de 2010). *Culmina la Disputa Bananera*. El Nuevo Diario.

Comercio No Tradicional

- Sánchez, G. V. (2006). *Introducción a la Teoría Económica un Enfoque Latinoamericano*. Pearson Educación.
- Sarria, F. d. (2014). *Conferencia Especial de Coyuntura Económica. Conferencia de Banco Central. Managua*.
- Segura, J. A., & Ruiz, O. S. (2012). *Índice de ventaja comparativa revelada: un indicador del desempeño y de la competitividad productivo-comercial de un país*. *Publicación de repüca.iica.int*.
- Segura, S. I. (Agosto de 2009). *Estudio de Oportunidades Económicas Actuales*. Gobierno Regional de la RAAN. Obtenido de Fundación para el Desarrollo Tecnológico Agropecuario y Forestal de Nicaragua (FUNICA): <http://www.funica.org.ni>
- SELA. (Julio de 2013). *Acuerdo de cooperación Energética. PETROCARIBE*. Obtenido de Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe: <http://www.sela.org>
- Sola, R. (2007). *Frutas Hortalizas y Otros*. En D. R. Solá, *Estructura Productiva de Nicaragua* (págs. 123-132). Managua: Universidad Centroamericana.
- TRADEMAP. (s.f.). *Comercio Bilateral/ Productos: Total todos los Productos. 2009-2013*. Recuperado el 2014, de Análisis e Investigación de Mercados, Centro de Comercio Internacional : <http://www.trademap.org/Index.aspx>
- UNAN-León. (2013). *"Centro Nacional de Referencia en Agroplasticultura" CNRA (2005-2013)*. León: *Publicación UNAN-León*.
- UNCTAD. (2014 de Febrero de 2014). *El valor de las importaciones de bienes TIC roza los 2 billones de dólares*. Ginebra , Suiza.
- Valetanga, G. (s.f.). *Teoría de la Ventaj Adsoluta de Adam Smith* . Recuperado el Junio de 2014, de Pontificia Universidad de Católica del Ecuador : <http://www.puce.edu.ec>
- Vargas, O. R. (Abril de 2010). *Crisis Alimentaria Global y Sus Repercusiones en Nicaragua* . Obtenido de Fundación Carolina : <https://avdiaz.files.wordpress.com>
- Vergara, W., Ríos, A., & Trapidó, P. (2014). *Agricultura y Clima Futuro de América Latina y el Caribe: Impactos Sistémicos y Posibles Respuestas*. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo. Pág. 2-10: <http://publications.iadb.org>
- Walmart. (2010). *Magfor certifica a proveedor de Hortifruti en buenas prácticas agrícolas*. Nicaragua : *Publicación Walmart-Centroamerica.com*.