

Universidad Americana



UAM

Facultad de Administración
de Empresas

MONOGRAFÍA PARA OPTAR AL
TÍTULO DE ADMINISTRADOR
DE EMPRESAS

Autor: Br. Erick José Castellón
López.

26 de Julio 2007 Managua, Nicaragua

I. INTRODUCCIÓN

El plátano es una fruta tropical originada en el sudoeste Asiático, perteneciente a la Familia de las musáceas (es un híbrido triploide de *Musa acuminata* y *Musa Balbisiana*). De acuerdo con la FAO el Plátano se cultiva en la India alrededor del siglo V A.C. De allí se distribuyó a Malasia, Madagascar, Japón y Samoa. Fue introducido probablemente en África del este y oeste, entre los años 1000 y 1500 de la era Cristiana. Finalmente llegó al Caribe y Latinoamérica, poco después del descubrimiento del Continente.

Los plátanos y otras especies para cocción, se producen a lo largo del trópico húmedo, concentradas fundamentalmente en África, América Latina y el Caribe. Constituyen una importante fuente de carbohidratos y contribuyen a la seguridad alimentaria de millones de personas.

En Nicaragua el plátano tiene una importancia significativa en su economía, tanto por la dieta alimenticia como por la generación de empleos y de divisas en las principales zonas de producción. El plátano es uno de los productos básicos de la dieta familiar.

En Nicaragua en el departamento de Rivas, se caracteriza por tener la mayor concentración de plátano constituido por 3000 productores plataneros en lo cual cultivan alrededor de 15,000 hectáreas (hasta el 2006).

El departamento de Rivas produce alrededor de 100,000 TM de plátano anualmente, 30% se produce en la Isla de Ometepe en los meses de Octubre a Marzo, debido a falta de riego. El 70 % restante es producido en tierra firme durante todo el año. El área de producción de plátano del departamento de Rivas es de 10,000 hectáreas. El rendimiento promedio en tierra firme es de 9 – 10 TM/Ha, y en la Isla de Ometepe de 4 – 5 TM/Ha.

El precio promedio por año por kilogramo de plátano es de \$ 0.26 (Veintiséis centavos dólar). De la producción total de Rivas, 70 % se vende en el mercado nacional y 30 % se exporta principalmente al mercado centroamericano. Actualmente, el departamento de Rivas produce el 70 % de la producción nacional de plátanos.

En el año 2002 se cultivaron 6,000 hectáreas de plátano produciendo 48,000 toneladas a un precio por tonelada de US\$ 162.50 dando un total de US\$ 7,800,000 millones de dólares. Para el 2006 se cultivaron 15,000 hectáreas de plátano produciendo 150,000 toneladas a un precio de US\$ 235 por tonelada dando como resultado US\$35,250,000 dólares. Esto ha tenido un crecimiento del 150% de cultivo de hectáreas¹.

Una de las empresas más importantes de Rivas que cultivan plátano es “PLATANERA EXPOTOSI”, esta comienza a exportar a Estados Unidos en el 2004. Esta empresa esta constituida actualmente por 22 pequeños productores de Rivas y con 150 trabajadores que cultivan alrededor de 300 manzanas.

La empresa actualmente cuenta con un apoyo de financiamiento de la Universidad de Michigan así mismo esta alineada al denominado CLUSTER con el fin de poder maximizar su producción a través de la negociación a los productores en la compra de insumos, bienes y servicios. La empresa exporta a los países centroamericanos del Salvador, Honduras y Costa Rica con una capacidad de exportación de 65,000 en dos contenedores semanales.

En esta época el principal problema que enfrentan la empresa es la falta de políticas de financiamiento oportuno por parte de los bancos, ya que los prestamos de este año para el rubro de musáceas se entregaron tres meses después de haber comenzado el invierno, perdiéndose irreparablemente la oportunidad de aprovechar las lluvias.

¹ Fuente APLARI (Asociación de Plataneros de Rivas), Entrevista con el Lic. Juan Carlos Espinoza, Coordinador, Julio (2007).

Ante los desafíos que representaba el entorno en los noventa, el desarrollo de un sector agropecuario competitivo surgió como una finalidad, no como un medio, para lograr un desarrollo sostenible del sector rural. En este sentido, los objetivos generales de las políticas que rigieron en 1990 se concentraban en sostener el ritmo de crecimiento del sector y agilizar de forma sostenida el progreso tecnológico para elevar la productividad y competitividad de la producción.

La empresa actualmente ha identificado una problemática para poder exportar hacia los Estados Unidos. Las políticas y requerimientos que exige el mercado de los Estados Unidos convierten en una restricción para introducir el producto (el 50% del producto es rechazado), esto principalmente por no contar con los parámetros de calidad (tamaño del producto y condición del producto).

Con aras de mejorar las condiciones actuales de la empresa con el fin de poder incentivar más las exportaciones y disminuir el rechazo de su producto se visualiza mejorar las condiciones de sus procesos internos y de sus trabajadores.

El presente estudio tiene como fin evaluar las condiciones actuales de la empresa PLATANERA EXPOTOSI a través de un diagnóstico que permita conocer a través de un análisis FODA aquellas áreas de oportunidad con el fin de poder incentivar sus exportaciones hacia los Estados Unidos. Así mismo de conocer los requerimientos, políticas y procedimientos actuales para poder exportar el producto.

El resultado final es la estructuración de un plan operativo en las diferentes áreas de oportunidad para la empresa PLATANERA EXPOTOSI que sirva para poder mejorar las condiciones en sus procesos productivos, recursos humanos y de sus clientes para la exportación de su producto y distribución en Nicaragua.

II. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General:

Análisis de la situación actual de la empresa exportadora de plátano “EXPOTOSI” de Rivas para la exportación hacia los Estados Unidos a través de los tratados de libre comercio a partir de Junio de 2007.

2.2 Objetivos Específicos:

- 2.2.1 Investigar los requerimientos, procedimientos y políticas necesarias para la exportación del plátano hacia el mercado de los Estados Unidos a través de los Tratados de Libre Comercio y de las Instituciones que propician su exportación y de las restricciones principales de rechazo del producto hacia el mercado extranjero.
- 2.2.2 Realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa “PLATANERA EXPOTOSI” que permita identificar sus fortalezas y debilidades en las diversas áreas relacionadas con la producción del plátano hacia el mercado nacional e internacional.
- 2.2.3 Evaluar la oferta, demanda y análisis de precios de la producción de plátano en los principales mercados potenciales de Nicaragua y Estados Unidos con el fin de medir la potencialidad del producto.
- 2.2.4 Conocer las condiciones actuales de la producción de plátano de la de la empresa EXPOTOSI de Rivas de Nicaragua.
- 2.2.5 Elaborar a partir de las deficiencias detectadas una propuesta que permita recomendar a los productores de la empresa “EXPOTOSI” mejorar sus condiciones para exportar su producto hacia los Estados Unidos.

III. MARCO TEÓRICO

3.1 ASPECTOS GENERALES DEL COMERCIO EXTERIOR

3.1.1 Introducción al comercio exterior

Según Paul A. Samuelson en su libro “Economía” Ningún país es una isla. Todos participan en una economía mundial y están ligados a través del comercio y de las finanzas. Los lazos comerciales de las importaciones y de las exportaciones de bienes y servicios se observan cuando los países venden productos a otros países, los lazos financieros se observan cuando un país le pide préstamos a otro país. Los países vigilan de cerca sus movimientos comercio exterior. Un índice importante para medir son las exportaciones netas, que son la diferencia numérica entre el valor de las exportaciones y el valor de las importaciones.

El objetivo de expandir el comercio internacional ha cobrado una creciente importancia, ya que en todos los países del mundo han observado que esta aumenta la eficiencia y fomenta el crecimiento económico. Al disminuir los costes de transporte y de las comunicaciones, los vínculos internacionales son más estrechos que una generación antes.

El comercio internacional ha sustituido al levantamiento de un imperio y a la conquista militar como vía más segura para conseguir riqueza e influencia nacional. Actualmente, algunas economías comercian más de la mitad de su producción. Uno de los principales acontecimientos de los años ochenta fue el cambio de un patrón del comercio internacional de Estados Unidos.

A medida que las economías están vez más interrelacionadas, sus autoridades prestan una creciente atención a la política económica exterior. El comercio internacional no es un fin en si mismo, sino que a los países les interesa con razón el comercio internacional por que sirve para lograr el objetivo último de mejorar el nivel de vida de los países. Las

principales áreas que se preocupan son la política comercial, los sistemas de tipo de cambio y la coordinación de la política macroeconómica.

La política comercial consiste en aranceles, contingentes y otros mecanismos que restringen o fomentan las importaciones y las exportaciones. La mayoría de las políticas comerciales apenas afectan a los resultados macroeconómicos, pero de cuando en cuando, como en los años treinta, las restricciones del comercio internacional han sido tan grandes que han provocado graves perturbaciones económicas, inflaciones y recesiones.

El segundo conjunto de medidas dirigidas específicamente al sector exterior es la gestión del mercado de divisas. En el comercio internacional de un país influye su tipo de cambio, que representa el precio de su propia moneda expresado en las monedas de otros países. Estos adoptan diferentes sistemas para regular sus mercados de divisas. Algunos dejan que los tipos de cambio sean determinados totalmente por la oferta y la demanda; otras establecen un tipo de cambio fijo frente a otras monedas. Estados Unidos se encuentra actualmente en la primera categoría, ya que permite, por lo general, que las fuerzas del mercado determinen el tipo de cambio del dólar.

Además, los bancos centrales y los líderes políticos se reúnen cada vez más para coordinar su política macroeconómica, pues la política monetaria y fiscal de los diferentes países puede afectar a sus vecinos. Desde 1975, los gobernantes de los principales países industriales del mundo vienen celebrando una cumbre económica anual para analizar las cuestiones económicas conjuntas y tomar las medidas oportunas para alcanzar objetivos comúnmente acordados. En estas reuniones también se ha abordado una amplia variedad de cuestiones que no son macroeconómicas y que van desde problemas de la subida de precios hasta problemas del medio ambiente.

3.1.2 Comercio internacional frente al Comercio Nacional

Hay tres aspectos fundamentales que diferencia el comercio internacional con el comercio exterior:

- **AUMENTO DE LAS OPORTUNIDADES COMERCIALES.** La principal ventaja del comercio internacional se halla en que se amplía los horizontes comerciales. Si la población se viera obligada a consumir únicamente lo que produce en su país, el mundo sería más pobre tanto en el plano material como espiritual.
- **SOBERANÍA DE LAS NACIONES.** En el comercio internacional intervienen personas y empresas que viven en países distintos. Cada nación es una entidad soberana que regula la circulación de personas, bienes y activos a través de las fronteras. Contrasta con el comercio interior, en el que hay una única moneda, el comercio y el dinero fluyen libremente dentro de las fronteras y los trabajadores pueden trasladarse fácilmente en busca de empleo.
- **TIPOS DE CAMBIO.** La mayoría de los países tiene su propia moneda.

3.1.3 Tendencias del comercio exterior

Una economía que participa en el comercio internacional se denomina **ECONOMÍA ABIERTA**. Un útil indicador del grado de apertura es el cociente entre las exportaciones o las importaciones de un país y su PIB.

3.1.4 Diferencias entre las condiciones de producción

Una de las razones por las que existe el comercio es la diferencia entre los países respecto a sus capacidades productivas. Estas diferencias se deben en parte a las dotaciones de recursos naturales.

Costes decrecientes

La segunda razón por la que existe el comercio se halla en que muchos procesos industriales de economía de escala; es decir, tienden a tener menores costes medios de producción conforme aumenta el volumen de producción.

Así, cuando un país consigue una ventaja en la producción de un determinado producto, puede convertirse en un productor de grandes volúmenes a bajos costes. Las economías de escala dan una ventaja significativa de costes y de tecnología sobre otros países, a los cuales les resulta más barato comprar al principal productor que fabricar el producto ellos mismos.

Diferencia de gustos

La tercera causa del comercio se halla en las preferencias. Aun cuando las condiciones de producción fueran idénticas en todas las regiones, los países se dedicarían al comercio si tuvieran gustos diferentes.

3.1.5 La Ventaja comparativa y el proteccionismo

El principio de la ventaja comparativa

Es simplemente de sentido común que los países producen y exportan bienes para los que están excepcionalmente cualificados. Pero existe un principio más profundo que subyace al todo el comercio y que va más allá del sentido común. Según el principio de la ventaja comparativa, un país puede beneficiarse del comercio incluso aunque sea, en

términos absolutos, más eficiente (o menos eficientes) que otros en la producción de todos los bienes.

El proteccionismo

La teoría de la ventaja comparativa muestra que los países pueden beneficiarse de la especialización y de la división internacional del trabajo. A pesar de estas observaciones económicas establecidas, los parlamentos se ven asociados continuamente por grupos de presiones para que se adopten medidas proteccionistas consistentes en aranceles o en contingentes sobre las importaciones.

Los economistas generalmente están de acuerdo en que el libre comercio fomenta una división del trabajo entre los países que es mutuamente beneficiosa y de que el comercio libre y abierto permite a cada país aumentar su producción y sus posibilidades de consumo, elevando el nivel de vida del mundo.

Las barreras comerciales

Durante siglos, los gobiernos han recurrido a los aranceles y a los contingentes para recaudar ingresos e influir en el desarrollo de determinadas industrias. Desde el siglo XVIII - en que el parlamento Británico intentó imponer aranceles sobre el té, el azúcar y otras mercancías a sus colonias americanas- la política arancelaria ha sido suelo fértil para las revoluciones y luchas políticas.

Para comprender los efectos económicos de los aranceles y los contingentes, un contingente es una limitación de la cantidad de importaciones.

EL ARANCEL PROHIBITIVO. El caso más fácil de analizar es el arancel prohibitivo, que es aquel que es tan alto que ahoga los incentivos para importar.

EL ARANCEL NO PROHIBITIVO. Unos aranceles más moderados perjudicarían al comercio pero no se ahogarían totalmente.

LOS CONTINGENTES. Los contingentes producen el mismo efecto cualitativo que los aranceles. Un contingente prohibitivo (que impidiera todas las importaciones) lograría el mismo resultado que un arancel prohibitivo .

Aunque no existe ninguna diferencia esencial entre los aranceles y los contingentes, si hay algunas diferencias sutiles. Un arancel aporta ingresos al Estado, permitiendo tal vez reducir otros impuestos y contrarrestando así parte del daño causado a los clientes del país importador. Un contingente, en cambio, proporciona los beneficios de la diferencia de precios resultante a los importadores que tienen la suerte de conseguir un permiso o una licencia para importar. Estos pueden agasajar o incluso sobornar a los funcionarios encargados de conceder las licencias de importación.

Como consecuencia de estas diferencias, los economistas suele considerar que los aranceles son menos perjudiciales. Sin embargo, el gobierno está decidido a imponer contingentes, subasta las escasas licencias para establecer contingentes sobre las importaciones de modo que sea el Estado y no el importador o el exportador el que obtenga los ingresos derivados del escaso derecho de importar; de esa manera, la burocracia tampoco se sentirá tentada a asignar los derechos por sobornos, amistades o nepotismo.

Análisis económico del proteccionismo

Los argumentos a favor de la protección por medio de aranceles o de contingentes de la competencia de las importaciones extranjeras son de muchos tipos. He aquí los principales:

- Los argumentos no económicos que sugieren que es deseable sacrificar bienestar económico a fin de subvencionar otros objetivos nacionales.
- Aquellos que se deben a que no se comprenden correctamente la lógica económica, como el principio de la ventaja comparativa.

- Algunos análisis que no son validos en un mundo perfectamente competitivo y de pleno empleo, pero que contienen algunos problemas de verdad cuando el país es lo suficientemente grande para influir en sus precios de importación o exportación, así como cuando padece desempleo².

3.1.6 Control Comercial

Son muchas las razones por las cuales es de vital importancia conocer la influencia Gubernamental que influye en el comercio. Por una parte alguien puede poseer acciones de una compañía cuyo desempeño, e incluso supervivencia, dependa de estas medidas, y por otra parte como consumidores y contribuyentes nos vemos afectados por las medidas impuestas a través de los impuestos.

El propósito de la influencia Gubernamental es la satisfacción de los objetivos económicos, sociales o políticos y estos pueden imponerse entre sí. Así mismo los probables efectos en el empleo de las políticas comerciales.

Todas las propuestas de reformas de la reglamentación gubernamental han creado debates entre los grupos de interés, ya que por una parte uno se ven afectados por estas. Los más afectados son los que se convertirán en un grupo de presión muy fuerte para el gobierno, sin embargo, otros por miedo a represalias protestan menos.

Las razones Gubernamentales las podemos dividir en dos grupos, las primeras son las razones económicas y el segundo grupo las no económicas, dentro de las económicas las podemos subdividir en los siguientes aspectos:

² Samuelson A. Paul y Nordhaus, 15ª Edición, Editorial McGraw-Hill, México (1995).

RAZONES ECONOMICAS

Desempleo

Dentro de esta razón fundamental se encuentra los grupos de presión ante el gobierno por parte de los desempleados, quizás este grupo es el más eficiente por que dispone de mucho tiempo y por lo tanto se manifiesta ante las calles, mandando cartas, etc.

El problema radica en que ante las represalias que el gobierno impone contra las importaciones puede por una parte tener como propósito de generar empleo, sin embargo, otros países toman represalias, y de la misma forma será de que otro país nos imponga la misma modalidad.

Hay factores por las cuales los efectos por las represalias pueden ser menores, por ejemplo, si un país es pequeño, esta tendrá menores consecuencias que un país más grande, otra causa si la redistribución provocada por las represalias causa la reducción de empleo en una industria de capital intensivo, cabe la posibilidad de que los objetivos de empleo se cumpla.

Por otro lado las importaciones pueden contribuir a la generación de empleos en ciertas empresas y se convierte en grupos de presión. Aunque genere o no genere empleo, al imponer estas restricciones muchas personas pierden el empleo y muchas de las veces estas son de escasos recursos, sin una preparación adecuada para solicitar otro empleo.

Argumento de la Industria Naciente

Otro argumento a favor del proteccionismo lo esgrimió Alexander Hamilton en 1792, esta radica en que una industria que nace se le debe garantizar una proporción de mercado mientras estas a través de un tiempo pueda producir con eficiencia y pueda competir con los mercados internacionales.

Aquí lo que podríamos decir es que esta medida proteccionista es cuando una empresa empieza a operar en un país y sus costos de producción son altos y estas no puedan competir con productos importados, el gobierno las protege. ¿Cómo se dará cuenta si la empresa madurará o simplemente quedara naciente?. Sin embargo sucede de que si los costos no disminuyen y se introduce un producto de importación similar al mercado a menor costo, las empresas nacientes se convertirán en un grupo de presión muy fuerte.

Hay que destacar que esta medidas serán para empresas que tengan más difícil acceso, ya que otras empresas nacientes se aprovechan de dicha medida impuesta. Al fin de cuentas los más perjudicados en una industria naciente somos los consumidores, ya que deberemos pagar un precio más alto, aunque el gobierno puede subsidiar para que no se incrementen.

Argumento de la industrialización

Dicho argumento es que muchos países protegen a sus industrias para incrementar su industrialización, las razones más obvias son:

- El mayor incremento de la producción a través del énfasis en la industrialización que en la agricultura
- La promoción del crecimiento gracias a las entradas de inversión extranjera en el área industrial
- La necesidad de una mayor diversificación por encima de los productos agrícolas o materias primas tradicionales para estabilizar la fluctuación comercial
- El más rápido aumento de los precios de los bienes manufacturados que de los precios de los productos primarios

Al igual que el argumento de la industria naciente donde nos indica que la introducción de productos importados a menor costo impedirá el desarrollo de las industrias nacionales. El argumento de la industrialización difiere de la de las industrias nacientes, donde radica que toda empresa debe de cumplir con sus objetivos aún que los precios no sean competitivos globalmente.

Hay aspectos fundamentales en los cuales un país se convierte de agrícola a industrial, y que trae problemas como beneficios.

Rendimientos Agrícolas Marginales: Muchos de las personas especialmente los países menos desarrollados viven en zonas rurales, estas no afectan a la agricultura por ser países pequeños, sin embargo existen sus riesgos, los cuales son:

- La falta de empleo a las personas que radican del campo a la ciudad
- La agricultura puede ser un medio más eficaz que la industria
- Si se protege a compañías manufactureras, los encargados de las decisiones deben decidir a que tipo de industrias proteger
- Un desplazamiento excesivo de las zonas rurales a las urbanas pueden menguar la producción agrícola de los países menos desarrollados.

Promoción de flujos de Inversión: Las restricciones a las importaciones también pueden elevar la inversión directa. En la cual los países ante esta dificultad lo que hacen es invertir en el país para no perder este mercado que ya esta sólidamente establecido.

Diversificación: Los precios de los productos primarios fluctúan fácilmente, esto quiere decir que los precios de productos agrícolas algunas veces por factores internos y externos que no se pueden controlar. Los países menos desarrollados que dependen de materia prima para el empleo de su población y sus ingresos de exportación.

Términos de Intercambio: Constituye la cantidad de importaciones que es posible comprar con una cantidad dada de exportaciones de un país. Los productos agrícolas no han aumentado tan rápidamente como los productos terminados y por lo tanto se necesita de mayor cantidad de productos primarios para comprar productos terminados. Además es más la demanda de productos terminados que de los primarios.

Sustitución de Importaciones contra promoción de las exportaciones: Un país puede producir los productos que antes ellos importaban, como medida para generar empleo y abastecer a la población. Sin embargo muchas de las veces esta medida no es eficiente ya que las empresas nunca pasan de la etapa naciente y nosotros los consumidores

debemos de pagar impuestos para que estas sobrevivan. Otra medida es la promoción de exportaciones de dichas empresas, aunque cabe mencionar que esto puede ser por un lado si se protege las importaciones para poder ofrecer a nivel nacional por otro lado nuestro producto no se podrá exportar ya que tal vez se nos imponga la misma restricción en otro país.

Argumento en Relación económica con otros países.

A los países no sólo les interesa su bienestar económico absoluto, sino también la calidad de su desempeño en relación con otras naciones. Es común que los gobiernos impongan restricciones comerciales con el propósito de mejorar su posición relativa, por ejemplo, no comprar más de lo que estos nos compran a ellos, de que los precios de las exportaciones son bastante altos respecto a las importaciones.

Existen diversos aspectos en los cuales podemos mencionar la Balanza de pagos de un determinado país, donde respecta las devaluaciones, los déficit comerciales, etc. Que pueden perjudicar a un país. Otro aspecto es el acceso comparable o equidad, en el cual muchas compañías e industrias argumentan que se debe ofrecer tanto acceso a los mercados extranjeros como el que se ofrece en sus mercados a las industrias y compañías extranjeras.

El último aspecto pero no menos importante es el control de los precios, en los cuales las empresas monopolicas que tienen un control de las materias primas y los elevados precios aplican rigurosas reglamentaciones a la exportación. Un problema es la fijación a las exportaciones de precios inferiores al costo o a los precios del país de origen conocido como Dumping, en el cual esta prohibido que un producto importando se venda al costo de producción, al menos que no halla producción nacional de este producto. También existe la teoría de un arancel óptimo de producto de importación en el cual se reduciría el precio si se aplica un impuesto fijo a sus productos.

RAZONES NO ECONOMICAS

Las razones no económicas en que el Gobierno impone restricciones ante las importaciones son las siguientes:

- Mantenimiento de las Industrias Esenciales
- Prevención de Embarques a países amigos
- Mantenimiento o extensión de esferas de influencia
- Conservación de actividades que contribuyan a preservar la identidad nacional

Argumento del mantenimiento de industrias esenciales

Es la protección de industrias nacionales esenciales, en la cual es para que un país no dependa de otro durante las guerras. Aunque para el gobierno será muy difícil ya no será después muy fácil desprenderse de la empresa si esta ya es obsoleta.

Trato con países hostiles

Radica en que las relaciones comerciales en tiempo de crisis puede generar problemas y el gobierno crea una restricción a la exportación de un bien que sea necesario para otro país. El ejemplo más ilustrativo son el de Irak y Kuwait. También no solo se rompen los lazos con otros países, a veces sueles suceder lo contrario, por ejemplo EUA exporto a la URSS cuando esta desapareció como tal.

Mantenimiento de Esferas de influencia

Esta medida la impone un país que siempre influye en otros por su poder, por ejemplo los Estados Unidos, en el cual impone condiciones y exigencias a cambio de que los países puedan exportar su producto a los Estados Unidos. Muchas de las veces estas condiciones chantajistas por parte del país que otorga la ayuda.

Preservación de la Cultura y la Identidad del País

Muchos de los países impone restricciones de las importaciones ya que un producto determinado influye en la cultura de un país. Ejemplo más destacado de China, consumidor de arroz y donde el cultivo lo consideran como una fuerza de cohesión entre las familias. Por lo tanto la importación de este producto es muy restringida.

MODALIDADES DE CONTROL COMERCIAL

Existen ciertas modalidades o ciertos mecanismos que los países imponen para las restricciones comerciales tanto para las importaciones como exportaciones. Una de las concepciones acerca de los diversos tipos de instrumentos consiste en distinguir entre los que afectan indirectamente a cambios cuantitativos mediante la influencia directa en los precios y los que afectan directamente a cambios cuantitativos.

Otra distinción común se realiza entre las barreras arancelarias y las no arancelarias mientras que las barreras arancelarias afectan a los precios y las no arancelarias a la cantidad y los precios. Un arancel, o tarifa es un impuesto gubernamental sobre un bien de embarque internacional.

Arancel

El tipo más común de control comercial es el arancel. Si lo cobra el país exportador, se le conoce como arancel a la exportación; si se le cobra un país por el que pasan los bienes, se le llama arancel de tránsito; si lo cobra el país importador, es un arancel a la importación. El arancel a la importación es el más común de los antes mencionados.

Los aranceles es una forma de protección como forma de elevar los precios de los bienes importados a fin de conceder a los bienes competitivos de producción nacional una ventaja relativa de precio.

También los aranceles sirven como fuente de ingresos gubernamentales. Los aranceles a la importación son de escasa importancia para los países desarrollados, pero para los menos desarrollados es una fuentes de ingresos importantes.

Los aranceles pueden tasarse de diferentes maneras, por unidad, en cuyo caso se le llama aranceles específicos, también se puede tasar sobre el porcentaje del valor del producto, en cuyo caso se le llama arancel ad valorem y la combinación de estas se llama arancel compuesto. Los aranceles específicos son más fáciles de tasar ya que los agentes aduaneros no se ven obligados a determinar un valor para calcular un porcentaje.

Una de las mayores controversias a que han dado lugar los aranceles se refiere al tratamiento que otorgan los países industriales a las exportaciones manufactureras de los PMD interesados en diversificar e incrementar sus ingresos mediante la adición de valor de manufactura a sus exportaciones de materias primas. Osea que un país cuando introduce un producto al granel no se le cobra arancel mientras que si este es procesado y empacado si se le cobra. Otra controversia se relaciona con la recepción del impacto del pago de los costos arancelarios.

Barreras no arancelarias: Influencias directas en el precio

Subsidios. Aunque muchas de las veces los países hacen pagos directos a los productores para compensar las pérdidas en las que incurren por vender en el exterior, lo más común es que brinden otras formas de ayuda para reducir el costo. Desde un punto de vista económico los subsidios de servicios son a menudo más justificables que los aranceles, por lo general estos están diseñados para corregir, más que para crear imperfecciones de mercado Algunos de los subsidios han generado controversia, ya que estos se dicen que se crea una competencia desleal, al mismo tiempo que la ayuda es a base de ayuda condicionada.

Valuación Aduanal. Antes los agentes aduanales disponían de un alto grado de discrecionalidad en la determinación del valor de un producto importado para la fijación de un arancel ad valorem. En su mayoría, los países aprueban en un procedimiento específico para la estimación del valor. Para comenzar deben basarse en el precio de facturación o en caso de dudosa la factura tomar como referencia un producto similar para calcular este valor.

Otras Influencias directas en los precios. Los países pueden servirse también de otros medios para influir en los precios, como tarifas especiales (para el pago de la certificación y documentación consular y aduanera, por ejemplo), la obligación de cumplir con los depósitos aduanales antes de que se realice el embarque y la fijación de niveles mínimos de precios para la venta de bienes tras su certificación aduanal.

Barreras no arancelarias controles cuantitativos

Cuotas. El tipo más común de restricción a la importación o exportación es a través de la cantidad llamada cuota. Desde punto de vista de la importaciones, lo más frecuente es que una cuota limite el monto cuantitativo permitido de importación de un producto en un año. La asignación de cuotas por países plantea muchos problemas, ya que los responsables de ello deben asegurarse de que los bienes procedentes de cierto país no sean objeto de transbordo para aprovechar la cuota de otro país. Las cuotas de exportación pueden establecerse con el propósito de asegurar a los consumidores nacionales una oferta suficiente de bienes a bajo precio, evitar el agotamiento de los recursos naturales o elevar el precio de una exportación mediante la restricción de su oferta en los mercados extranjeros.

Un tipo específico de cuota consiste en la prohibición de todo intercambio comercial es el embargo. Al igual que las cuotas los embargos a las importaciones o exportaciones.

Legislación para la compra de productos nacionales. Los organismos gubernamentales otorgan preferencias a los productores nacionales en sus compras o mercancías a veces bajo la forma de restricciones, por medio de mecanismos de precios.

Normas. La mayoría de las veces los países imponen normas de clasificación, etiquetado y prueba de productos nacionales pero inhiban la de extranjeros. Esto para brindar información a los consumidores de los productos.

Requisitos de autorización específica. En algunos países se obliga a posibles importadores como exportadores de obtener una licencia de importación, en el cual a veces crea incertidumbre por la demora del proceso.

Demoras y procedimientos administrativos. La demora de las licencias crea incertidumbre y los países tienen problemas ya sea de almacenamiento o de que algunos productos sean perecederos.

Requisitos de reciprocidad. En los últimos años han proliferado los requisitos en el sentido que los exportadores acepten mercancías en lugar de dinero o de que se comprometan a comprar mercancías o servicios en el país donde realizan sus ventas, estas transacciones de trueque, conocidas como contracomercio o compensaciones suelen obligar a los exportadores a buscar mercados de bienes ajenos a su campo de experiencia o a participar en complicados acuerdos organizacionales.

Restricciones a los servicios. Además de depender de los ingresos por concepto de la venta de bienes en el exterior, muchos países también dependen sustancialmente de los ingresos procedentes de la venta en el extranjero de servicios comerciales como los de transporte, seguros, asesoría y banca. Estas inhibiciones se deben a tres razones principales:

- **Esencialidad.** Los países consideran a ciertas industrias como esenciales porque sirven a propósitos estratégicos o brindan asistencia social a sectores importantes de la población.

- Normas o estándares. En todo el mundo se limita el acceso a muchas profesiones relacionadas con los servicios a fin de garantizar la protección de los consumidores mediante la prestación de servicios sólo por personal calificado.
- Inmigración. El hecho de que en un país extranjero se reconozca las aptitudes profesionales no es garantía de que a personal foráneo se le conceda autorización para trabajar en él.

DEL GATT A LA OMC

Con el fin de liberar el comercio y principalmente eliminar las barreras arancelarias se crea el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio, donde básicamente es la creación de un conjunto de reglas básicas para el comercio y la realización de negociaciones comerciales.

Se prevé que el GATT desaparecerá paulatinamente en un periodo no especificado, a medida que la OMC cuente con un mayor número de miembros y asuma la actividad de aquel.

La transacción a la OMC es producto del compromiso de muchos países con el libre comercio, de la certeza de que la realización de rondas es más pesada que la actividad permanente que permite una organización más formal y de la opinión de que se precisa de una organización más sólida que vigile el cumplimiento de los acuerdos³.

³ Daniels D. John y Radebaugh, “**NEGOCIOS INTERNACIONALES**”, 8ta Edición, Editorial Prentice Hall, México 2000, página 234 (capítulo 6)

3.2 LA GLOBALIZACIÓN

3.2.1 Proceso de globalización

Existen diversos significados para el concepto de globalización, aunque en general expresan coincidentemente la creciente importancia de los aspectos económicos, sociales y culturales de alcance mundial respecto de aquellos de naturaleza nacional o regional y subrayan el carácter dinámico y comprensivo del concepto. Aunque no es un fenómeno nuevo, los avances registrados en las áreas de las comunicaciones y la información, y en la tecnología aplicada a las mismas, así como los cambios que se han verificado en las nociones sobre el tiempo y el espacio, proximidad y lejanía, tienden a darle nuevas connotaciones y dimensiones que podrían representar transformaciones cualitativas sobre sus alcances en el pasado.

3.2.2 Dimensiones y alcances de la globalización

Se presenta a la globalización como un fenómeno histórico inevitable, como una fuerza profunda, que va más allá de sus características puramente económicas. En una perspectiva histórica más amplia, es la coronación de un proceso que se iniciara con los viajes del descubrimiento de América y las rutas hacia el Asia y las Indias, que marcaron la expansión de la economía, la cultura y el poder del Viejo Continente.

En síntesis, se puede considerar a la globalización como una sumatoria de los siguientes componentes:

- a) Un fenómeno con historia que tiene exactamente una antigüedad de cinco siglos, al remontar su inicio a los grandes viajes de la última década del siglo XV.
- b) Un proceso que si bien está presente a lo largo del desarrollo capitalista, sólo recientemente se torna en la modalidad dominante, de manera que "el capitalismo del siglo XXI será el de la globalización"; para algunos supone, además, un cambio de época.
- c) Un fenómeno multidimensional y de naturaleza compleja: económica, política, social y cultural, que se diferenciaría, por eso mismo, del concepto de

"mundialización", centrado en los aspectos económicos, que se difundiera unas décadas atrás, sobre todo entre los autores franceses.

- d) Un proceso intenso, pero parcial, heterogéneo y desequilibrado, que tiene un núcleo globalizador de carácter tecnológico y económico, abarcando las áreas de las finanzas, inversiones, comercio, producción, servicios e información y que ha avanzado más rápidamente en algunos campos y en forma más lenta en otros.
- e) Un fenómeno que transmite la convicción de que cualquier intento de desacoplarse de él está condenado al fracaso. Existe una suerte de "déficit ideológico", resultante de la ausencia de modelos alternativos que luzcan viables en el contexto del proceso de globalización.
- f) Un proceso que califica, por su importancia, a la fase actual del desarrollo del sistema capitalista; aunque cabe destacar, como dato ciertamente peculiar, que aún hoy el comercio y la inversión internacionales son notablemente menores que el comercio interno y la inversión nacional. El mundo sólo exporta entre 15 y 20% de lo que produce anualmente, en tanto que la inversión directa extranjera representaba el 6% de la inversión total y equivalía en 1996 al 1.2% del PIB mundial. Sin embargo, se debe aceptar que la importancia de lo local frente a lo global es, por una parte decreciente, y por la otra, más válida para los países industrializados; en cambio, la vulnerabilidad de lo local frente a lo global es, precisamente, una característica de la globalización en los países en desarrollo.

Esta enumeración de los diferentes caracteres que se asignan a la globalización, ofrece una perspectiva bastante amplia de sus alcances y obviamente también de sus posibles consecuencias, fastas y nefastas.

3.2.3 La globalización: Proceso e ideología

La globalización, según se ha destacado precedentemente y en tanto que proceso socioeconómico, pertenece al mundo de los fenómenos reales, pero también se incluye en el mundo de las ideologías. En este último sentido, aparece como una construcción ideológica que defiende los logros, impulsa las estrategias y difunde las virtudes de la globalización. La ideología de la globalización, como no podía ser de otra manera,

obedece a intereses y tiene también sus ideólogos, seguidores y dispositivos propagandísticos de captación.

Esta ideología enaltece el fundamentalismo del mercado, exalta la libertad de comercio, impulsa el flujo libre de los factores de la producción (excepción hecha de la mano de obra, que continua sometida a numerosas restricciones de diverso tipo), propugna el desmantelamiento del Estado, asume la monarquía del capital, promueve el uso de las nuevas tecnologías, favorece la homologación de las costumbres y la imitación de las pautas de consumo y fortalece la sociedad consumista.

En este sentido, sus partidarios han sido muy exitosos como propagandistas, pues han logrado convencer de las bondades de la globalización incluso a quienes son potencialmente sus víctimas. Con sagacidad han defendido la idea de que lo que conviene a los grupos dominantes de los países industriales conviene a todos, como si la globalización no tuviera ganadores y perdedores.

En el otro extremo del prisma están los que se oponen frontalmente al proceso de globalización, formando un frente muy heterogéneo, pero, en cierto modo efectivo, como se demostró en Estados Unidos, en las recientes reuniones de la OMC en Seattle y del FMI y el BM en Washington. La parte más lúcida no se opone a la globalización como tal, sino a la que da prioridad al comercio sobre todo lo demás y que estaría al servicio de las grandes corporaciones transnacionales. Otros se oponen por razones sectoriales, para limitar el desplazamiento de empresas e inversiones y otros más por el daño que podría causar al medio ambiente grupos empresariales fuera de todo control estatal.

En suma, para mejor comprender la realidad de la globalización parece necesario, tomar distancia tanto de los excesos panegíricos del pensamiento liberal, que se ha apropiado del término y de los avances tecnológicos que le dan soporte, como de las reacciones contra esa ideología. Ellas llevan, en sus formas extremas, al defecto contrario, como es imputarle a la globalización muchas de las deficiencias y limitaciones que están

presentes en su desarrollo, pero que obedecen a problemas estructurales que la trascienden, como la pobreza o la degradación del medio ambiente.

3.2.4 Efectos de distorsión en la globalización

Se atraviesa por un momento en que parece posible la consolidación del espacio económico con una dimensión planetaria. Pero, con la unificación del mercado y la abolición de barreras se están eliminando también, como uno de los efectos no deseados, los mecanismos que proporcionaron diversas formas de amparo y estímulo a los sectores más débiles, en el marco de sociedades nacionales que parecían ser dueñas de sus propios destinos y con capacidad para regular y encausar los acontecimientos sociales que se desarrollaban en su seno.

Actualmente, en el plano económico se observa que la competencia pasa a ser la fuerza central de un mundo crecientemente interdependiente, que se debería reflejar en mayores niveles de productividad y eficiencia. Pero, la competencia es siempre un juego que, sin ser de suma cero, tiene sólo algunos que son ganadores o que ganan más que otros. Están también los otros, los que ganan muy poco y los que incluso están amenazados de no poder participar en el juego: la amenaza de marginalización y exclusión se cierne no sólo sobre regiones, países y continentes del tercer mundo, lo cual es bien explicable históricamente, sino también sobre sectores sociales y regiones importantes de los propios países industrializados. Parecería que ni aún en el centro del sistema se ha logrado compatibilizar la libre competencia con la solidaridad.

El temor a un futuro incierto, a un mundo que no se sabe como será, que se supone que proporcionará más riqueza y bienestar, pero que en términos concretos e inmediatos se manifiesta con amenazadores nubarrones de desocupación, pérdida de beneficios sociales, riesgos de quedar con una vejez desprotegida ante la quiebra de los sistemas de seguridad social y asistenciales existentes, especialmente en los países periféricos.

Hasta ahora, la transición en el predominio de las economías nacionales a la economía global ha resultado errático y también traumático. Según Lester Thurow, "el mundo va a tener una economía global sin un gobierno global, lo que significa una economía global sin reglas acordadas capaces de hacerse cumplir, sin guardianes de comportamientos aceptables y sin jueces o jurados a quienes acudir si se piensa que no se está haciendo justicia". No existen reglas claras para manejarse en la economía global ni instituciones capaces de organizarla. En el mismo sentido, George Soros afirma: "Tenemos una economía global sin tener una sociedad global. La situación es insostenible", aunque corregible.

3.2.5 Globalización en América Latina

Después de varias décadas de desarrollo económico cerrado en las economías de América Latina han comenzado a integrarse gradualmente a los mercados internacionales. Esta tendencia constituye un cambio decisivo en el desarrollo de la región. Sin embargo, es importante señalar que las causas de la apertura e integración global de las economías nacionales de la región han sido principalmente exógenas. Dentro de estas hay que destacar la crisis de la deuda externa, que obligó a los gobiernos de la región a adaptarse a la escasez del financiamiento externo mediante la liberación de sus economías y del recorte del gasto público.

Esta situación contrastaría con la de los países industrializados, en donde los procesos de integración económica han estado fuertemente condicionados por factores domésticos, lo que permitió la protección y la compensación de los sectores más expuestos al mercado internacional a través del incremento del gasto público. Desde esta perspectiva, los riesgos que conlleva la apertura de las economías nacionales a los vaivenes de los mercados internacionales puede ser mitigados por la intervención del Estado en la distribución de los riesgos asociados con ésta. El Estado, en economías avanzadas, tiene la capacidad de intervenir y redistribuir el riesgo para contrarrestar las nuevas incertidumbres provocadas por la nueva globalización.

En el caso de América Latina, la apertura de las economías nacionales no ha estado asociada con una expansión de la acción del Estado en la redistribución de los riesgos generados por la integración global de las economías de la región. Por el contrario, los procesos de apertura de las economías de América Latina han estado acompañados con una reducción en el gasto público, pero esto no significa que las estructuras e instituciones políticas domésticas de los países de América Latina no jueguen también un papel importante en la medición de las influencias y presiones de la economía mundial.

En realidad, las estructuras e instituciones políticas domésticas juegan un papel crucial en la determinación de las restricciones que impone el contexto global sobre el funcionamiento de las economías nacionales. Además, dichas instituciones y estructuras domésticas condicionan la manera en que los problemas generados por la globalización son percibidos por los diferentes actores políticos nacionales, así como la determinación de los costos y alternativas de solución de estos problemas⁴.

3.3 ASPECTOS GENERALES DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO (TLC)

El Tratado de Libre Comercio es un acuerdo al que llegan diferentes países para abrir sus fronteras a los productos de los otros miembros, los cuales deben esforzarse por reducir las barreras comerciales, las cuales deben aplicarse sin ningún carácter discriminatorio, los miembros no debe de aumentar sus aranceles más de lo acordado de lo contrario está comprometido a compensar a sus socios económicos por perjuicio económico.

⁴ Pérez Baltodano Andrés “ Globalización, ciudadanía y política social en América Latina: tensiones y contradicciones ” Editorial Nueva Sociedad.

El TLC puede ser el vehículo por el medio del cuál se logre reconciliar las metas del crecimiento económico, la competitividad internacional, el desarrollo social y la democracia.

3.4 CARACTERISTICAS GENERALES DE LA PRODUCCIÓN DE PLATANO.

El plátano, igual que el banano y el guineo, es originario de la región indo/malaya. Para el siglo 3 A.C. en el Mediterráneo solamente se conocía de la fruta por referencia. Se cree que llegó a Europa en el siglo 10 D.C. y que marinos portugueses la trajeron a Suramérica desde África occidental o el este de Indonesia.

El plátano pertenece al género *Musa*, de la familia de las Musáceas (*Musaceae*). Los plátanos maduros, también llamados macho, son de la especie *Musa paradisíaca*.

3.4.1 Principales características del plátano.

Esta fruta, cilíndrica con 3 ángulos pronunciados, se consume en diversos estados de madurez y de ello depende su sabor entre otras características. Así, el Plátano con cáscara verde y vetas negras tiene un sabor salado, su firme y astringente pulpa es de color blanco marfil. En contraste, la cáscara del plátano maduro es amarilla con vetas negras, la pulpa es blanda, almidonada, de color amarillo-salmón y con sabor dulce.

3.4.2 Producción.

Aunque la producción de plátano en Nicaragua se realiza todo el año, existen dos estaciones bien marcadas de producción, debido a la falta de disponibilidad de riego en la mayoría de las unidades de producción.

3.4.3 Temporada alta.

Se realiza durante el período comprendido entre Octubre y Marzo. Durante esta época salen entre 360 y 450 mil unidades diarias (entre 8 y 10 camiones con 45 mil unidades cada uno) de la Isla de Ometepe con destino a los mercados de El Salvador y Honduras.

El volumen total de plátano que se produce en esta zona durante esta temporada es de 73 millones de dedos (cada plátano). Las plantaciones restantes del departamento de Rivas producen unas 750 mil unidades diarias, el equivalente a 25 camiones diarios con una capacidad promedio de 30 mil unidades cada uno. El volumen total de la temporada es de 135 millones de dedos. La producción en Rivas se destina a los mercados locales.

3.4.4 Temporada baja.

Ocurre entre los meses de Abril y Septiembre. Se estima una producción equivalente a 600 mil dedos diarios, equivalente a 20 camiones de plátanos diarios con una capacidad de 45 mil unidades cada uno, para un volumen total de 108 millones de unidades en esta temporada⁵.

3.5 EL MERCADO DEL PLATANO

3.5.1 El Mercado Mundial Del Plátano Fresco.

En América, la diferencia entre bananos, plátanos y guineos radica en el destino final del fruto y en algunas características morfológicas. Banano es para consumo fresco, plátano se refiere al que se consume semi-procesado o procesado. Guineo se refiere al fruto de tamaño pequeño, anguloso, para consumo humano y animal. Existen variaciones de estas nociones de una región a otra.

⁵ CADENA AGROINDUSTRIAL DEL PLATANO, NICARAGUA 2004.

El plátano es un producto tropical de gran importancia económica y de seguridad alimentaria en la región centroamericana. Es un fruto que se produce en las regiones de poco desarrollo industrial, y se comercializa en fresco y en menor escala, como producto procesado. En el mercado mundial se comercia el 1% de la producción mundial. Estados Unidos y Europa son los principales importadores de plátano fresco.

El comercio mundial del plátano lo realizan aquellos países con una tradición exportadora de banano, principalmente. Estos países aprovechan la infraestructura, logística y conocimiento desarrollados para el cultivo y comercialización del banano.

3.5.2 Principales productores y mercados.

Los grandes productores de plátano son los países Africanos (Uganda, Ruanda, Nigeria, Zaire, Tanzania, Camerún, Ghana y Costa de Marfil). Los segundos mayores productores son Colombia, Ecuador, República Dominicana y Sri Lanka. Centroamérica y el Caribe son regiones productoras de menor escala, dedicadas a abastecer sus mercados internos fundamentalmente.

Los principales mercados para el plátano son Estados Unidos y Europa. Estos mercados son exigentes respecto con la calidad y tiempo de llegada del producto.

Hacia Estados Unidos, se puede exportar vía aérea el producto con un grado de madurez de tres cuartos. Este grado es el justo para que el producto sea entregado en los mercados dos o tres días después de haber sido cosechado. Este método de cosecha requiere de un seguimiento cuidadoso al proceso de Maduración del producto en la planta. El producto es vigilado hasta que alcanza el punto en que los dedos del racimo se vuelven angulares y más redondos.

Hacia Europa, la cosecha del producto a exportar debe ser controlada conociendo la edad de la fruta. La cosecha se realiza nueve semanas después de aparecido el racimo.

3.5.3 El Mercado Centroamericano.

En Centroamérica, el mercado del plátano fresco es muy competitivo debido a que se produce en la región. Este mercado es menos exigente en estándares de calidad en comparación con los Estados Unidos. Sin embargo, se demanda un plátano grande, limpio y libre de manchas y daños mecánicos. El principal importador de la región es El Salvador que importa este producto de Nicaragua y Guatemala. Esta última tiene el control del mercado con un producto de buena calidad.

Durante el período 1998-2003, la producción de plátano en Centroamérica ha crecido en un 7%. En el 2002, el mayor productor de plátano de la región fue Guatemala con el 59%, seguido por Honduras con el 14%, El Salvador con 11%, Costa Rica con 10%, y finalmente Nicaragua con el 7%. Si se incluye el Caribe, la producción de Centroamérica y el Caribe alcanza 1.5 millones de toneladas métrica anualmente, de las cuales unas 400 mil toneladas (27 %) son producidas en Centroamérica (Costa Rica, Guatemala, Honduras y Nicaragua). Guatemala, en los últimos cinco años, ha incrementado el volumen de exportación de plátano a Estados Unidos en un 517%. En el 2003, Guatemala exportó 53 mil TM más que lo exportado en 1999.

3.5.4 El Mercado de Estados Unidos.

Estados Unidos es el mayor importador de plátano a nivel mundial. Este producto es importado para abastecer la demanda de las poblaciones hispanas fundamentalmente. El plátano fresco es conocido en este mercado como un tipo de “banano especial” que se encuentra en el mercado durante todo el año. En el 2003, los principales abastecedores de plátano fueron: Colombia con un 39%, Ecuador con un 28%, Guatemala con un 25%, Costa Rica con un 6% y Venezuela con el 1%.

3.5.5 El Mercado de Nicaragua.

El departamento de Rivas produce alrededor de 100,000 TM de plátano anualmente, 30 % se produce en la Isla de Ometepe en los meses de Octubre a Marzo, debido a falta de riego. Y 70 % restante es producido en tierra firme durante todo el año. El área de producción de plátano del departamento de Rivas es de 10,000 ha. El rendimiento promedio en tierra firme es de 9 – 10 TM/Ha, y en la Isla de Ometepe de 4 – 5 TM/Ha.

El precio promedio por año por kilogramo de plátano es de \$ 0.26 (Veintiséis centavos dólar).

De la producción total de Rivas, 70 % se vende en el mercado nacional y 30 % se exporta principalmente al mercado centroamericano.

Actualmente, el departamento de Rivas produce el 70 % de la producción nacional de plátanos.

PRODUCCION DE PLATANO EN NICARAGUA					
Año	Área cosechada (ha)	TM	Rendimiento promedio/ha	Precio U\$/TM	Total U\$/año
2000	-				
2001	-				
2002	6,000	48,000	8	162.50	7,800,000.00
2003	9,000	81,000	9	160.00	12,960,000.00
2004	11,000	110,000	10	187.50	20,625,000.00
2005	13,000	130,000	10	182.00	23,660,000.00
2006	15,000	150,000	10	235.00	35,250,000.00
Fuente: APLARI. 2006.					

Existen a nivel nacional unos 3846 productores de plátanos en toda Nicaragua. Esta división de productores es determinada de acuerdo a diferentes variables que son mencionadas en la topología de productores. El 78% del total de productores se concentra en Rivas (3000 productores), el 10% en Granada (384 productores), el 9% en Masaya (346 productores) y el 3% en León y Chinandega (115 productores respectivamente). Actualmente, la producción de Chinandega es destinada al consumo interno principalmente, y la producción de Rivas se comercializa tanto en el mercado interno como externo, ya que la producción proveniente de la Isla de Ometepe se exporta a Centroamérica⁶.

Durante los últimos años, las exportaciones de plátano de Nicaragua han descendido en un 35%. Lo que podría sugerir que la demanda local ha crecido. Mientras en 1999, Nicaragua exportó 12 mil TM, en el 2003 el país exportó 8 mil TM. Del 2000 al 2002, hubo una baja de las exportaciones de 8.5 a 6.1 millones de kilogramos. Esto significó una caída en la generación de ingresos por exportaciones de 1.3 millones de dólares a 630 mil para esos años. Sin embargo, en el 2003 se incrementó la exportación a más de 7 millones de kilogramos. Y ya en el 2004 se están realizando exportaciones al mercado de Estados Unidos que superan el millón de dólares⁷.

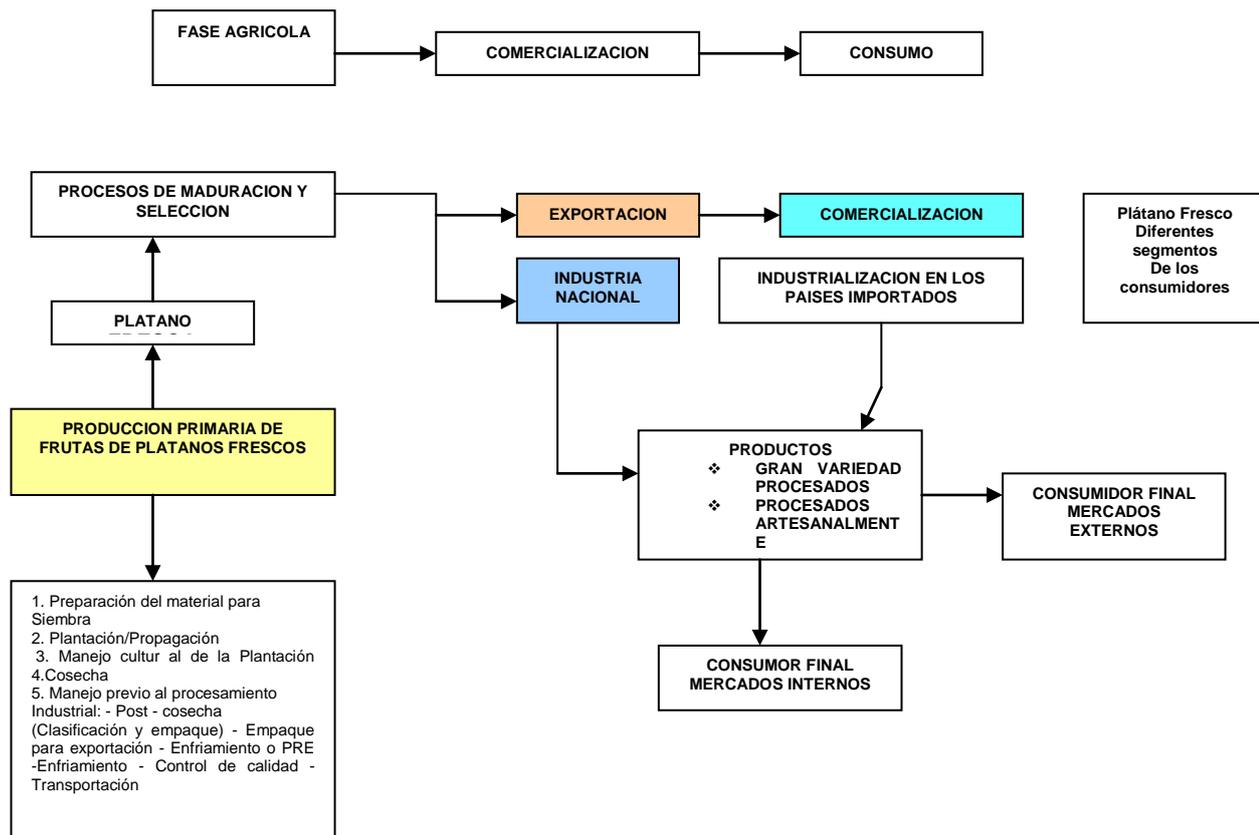
3.6 ESTRUCTURA DE LA CADENA DEL PLATANO EN NICARAGUA.

La cadena del plátano inicia con la producción primaria que se realiza en las fincas de los productores, en donde se contrata factores de producción como tierra, mano de obra, semillas, agroquímicos, maquinaria, herramientas y capital de trabajo, para obtener como producto el plátano fresco. Las características nutricionales del plátano permiten utilizarlo en la industria y ser consumido como producto fresco después de haber pasado por un riguroso manejo post-cosecha de inspección, selección y clasificación.

⁶ APLARI (Asociación de Plataneros de Rivas), Entrevista al Lic. Juan Carlos Espinoza, Julio (2007).

⁷ CADENA AGROINDUSTRIAL DEL PLATANO, NICARAGUA 2004.

Respecto al eslabón industrial, el plátano puede procesarse para la obtención de harinas, cocidos y precocidos, productos que son distribuidos de acuerdo a sus características en mercados nacionales e internacionales, a través de distribuidores mayoristas y minoristas hasta llegar al consumidor final.



3.7 EL TRATO INTERNACIONAL DEL PLATANO DE NICARAGUA

Los socios comerciales de Nicaragua con los que se ha negociado (o se está en proceso) tratados e libre comercio son: México, Panamá, Estados Unidos, República Dominicana, Canadá, Chile, y los países Centroamericanos. La tabla siguiente presenta las condiciones bajo las cuales el plátano de Nicaragua puede o no entrar a cada uno de estos países.

TRATO INTERNACIONAL DEL PLATANO NICARAGUENSE POR SOCIO COMERCIAL Y CATEGORIA.						
Descripción	MEXICO TLC	PANAMA TAP	EE.UU. TLC	CANADA TGI	CHILE TLC	R.D TLC
Libre de gravamen			X	X	X	X
Exclusión	X	X				

El mercado de los Estados Unidos ha establecido una serie de requisitos de importación para los productos frescos. Estos han sido clasificados en dos categorías: productos propagativos y los no propagativos. Estos últimos incluyen el plátano. Para este grupo se deben atender los siguientes requerimientos:

- Inspección en los puertos de entrada de Estados Unidos por funcionarios de Plant Protection and Quarantine (PPQ) y la agencia de protección del medio ambiente (EPA, por sus siglas en inglés)
- Cumplimiento a la ley de Bioterrorismo de Estados Unidos.

3.7.1 Tratado de Libre Comercio Centroamérica, Estados Unidos y Republica Dominicana CAFTA - DR.

El tratado del Libre Comercio entre Centroamérica y Estados Unidos (CAFTA - DR, (por sus siglas en ingles), ha generado una gran cantidad de debate e interés por tratarse de un acuerdo con el principal socio comercial de la región. Para unos sectores el CAFTA - DR representa una oportunidad para aumentar la producción nacional e iniciar economías de escalas al aumentar el tamaño del mercado posible.

El CAFTA – DR, es un incremento de política comercial y económica que tendrá mayor incidencia en el desarrollo de los países centroamericanos que en Estados Unidos. Sin embargo la eventual entrada en vigencia de este tratado generara costos y beneficios; por consiguiente, el establecimiento de políticas, medidas y actuaciones para enfrentar estos efectos es prioritario. Ello implica una serie de reformas y procesos de transferencia productiva con miras a que los impactos sociales y políticas de la apertura comercial se minimicen.

En mayo de 2000, el gobierno de los Estados Unidos aprobó la ley de comercio y desarrollo mediante el cual se concede a los países beneficiarios de la iniciativa de la cuenca del caribe, beneficios comerciales adicionales a los contemplados en la legislación original promulgada en 1983 y reforma en 1990, en respuesta a las diversas gestiones realizadas por el gobierno.

El CAFTA - DR requiere de reformas de apoyo a los sectores productivos, que van mas allá del asistencialismo. Se refiere a esquemas de reconversión productiva y promoción, así como generación y consolidación de encadenamientos de valor agregado. Este tipo de reformas se concentra en las micro, pequeñas y

Medianas empresas (MIPYME), las cuales representan más de 95% del parque empresarial regional, así como en los sectores agrícolas. En este campo las reformas deben basarse en el análisis de las asimetrías en tres planos: regional (Centroamérica), de cada país. El acceso al financiamiento y la banca de desarrollo toman especial relevancia en este grupo de reformas.

El CAFTA DR tendrá efectos positivos sobre el crecimiento económico en Centroamérica al incrementar la inversión nacional y extranjera, e incrementar las exportaciones e importaciones, pudiendo contribuir a la aceleración de la transferencia tecnológica del exterior.

Entre las acciones importantes que son de utilidad para fomentar las exportaciones esta el diseño de una política cambiaria, que en coordinación con otras políticas económicas, logre un tipo un tipo de cambio real competitivo que estimule el comercio exterior de Nicaragua. Obviamente, este tipo de política debe ser complementada con otras acciones de carácter sectorial, económico, financiero, crediticio, comercial, laboral, etc. que permitan la inserción eficiente de nuestra oferta exportable en el mercado internacional, lo cual incrementara los flujos comerciales, incidiendo en el crecimiento de la economía y los niveles de empleo.

A pesar de que el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, Estados Unidos y República Dominicana, acaba de entrar en vigencia hace poco más de un mes, ya se están viendo los resultados en el ámbito de las exportaciones, la inversión y el empleo.

Según las estadísticas de exportaciones hacia los Estados Unidos del mes de abril del presente año (27, 802,159.96 dólares), ya se muestra un incremento de más de 4 millones de dólares en comparación con las exportaciones realizadas durante el mismo mes en el 2005 (24, 106,384.55 dólares); representando casi un 18% más que el año pasado.

Según el Fondo Monetario internacional: el crecimiento del PIB (Producto interno bruto) será alrededor del 1.5% anual y el impacto del TLC podría ser mayor en lo relacionado a acumulación de capital, cambio de patrones de especialización, crecimiento en el comercio de servicios, mayor productividad y alrededor de 27,750 nuevos empleos.

Nicaragua logro en términos generales que el 100% de la producción exportable agrícola (80% acceso inmediato y 20% a través de contingente) e industrial ingrese al territorio de Estados Unidos libre de aranceles a la importación, mientras que solo se otorgo libre comercio inmediato para el 80% de las importaciones procedentes de Estados Unidos, dejando un 20% (referido a bienes sensibles).

Los productos protegidos en el CAFTA – DR son todos los productos sensibles de los sectores agrícolas e industrial, entre los cuales podemos citar los ejemplos siguientes:

1. Arroz, frijoles, maíz, sorgo, cebollas, papas, hortalizas y preparaciones de hortalizas y frutas, carne y preparaciones de carnes, etc.
2. Dentro del sector industrial productos como calzado, artesanías, madera aserradas y productos de madera, muebles, etc.

Todos estos productos tienen un periodo de reducción de aranceles de importación entre 10 a 20 años y adicionalmente para los productores sensibles agrícolas se negoció el mecanismo de aplicación automática de las Salvaguardia Agrícola Especial (SEA), lo cual permite ante fuertes importaciones, volver a aplicar el impuesto a la importación vigente antes de la puesta en vigor de tratado⁸.

3.7.2 Inversión y empleo

En el marco de la atracción de inversiones como consecuencia de la ratificación y entrada en vigor del CAFTA - DR y según los datos de la Agencia de Promoción de Inversiones (Pro Nicaragua), existen 10 empresas en la etapa operativa y pre - operativa, especialmente del sector textil vestuario y parques industriales, situadas en Managua, Masaya, Rivas y Granada; cuya inversión oscila alrededor de los 215 millones de dólares e implicando alrededor de 8 mil nuevos empleos para los nicaragüenses.

3.8 ESTUDIO DE MERCADO

3.8.1 Análisis de la demanda

El análisis de la demanda se entiende a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad a un precio determinado.

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos de mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda es función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etcétera.

⁸ CADENA AGROINDUSTRIAL DEL PLATANO, NICARAGUA 2004.

Se entiende por demanda al llamado Consumo Nacional Aparente (CNA), que es la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere, y se puede expresar como:

$$\text{Demanda} = \text{CNA} = \text{producción nacional} + \text{importaciones} - \text{exportaciones}$$

Cuando existe información estadística resulta fácil conocer cuál es el monto y el comportamiento histórico de la demanda, y aquí la investigación de campo servirá para formar un criterio en relación con los factores cualitativos de la demanda, esto es, conocer un poco más a fondo cuáles son las preferencias y los gustos del consumidor. Cuando no existen estadísticas, lo cual es frecuente en muchos productos, la investigación de campo queda como el único recurso para la obtención de datos y cuantificación de la demanda.

Para los efectos del análisis, existen varios tipos de demanda, que se pueden clasificar como sigue:

En relación con su oportunidad, existen dos tipos:

- a) Demanda insatisfecha, en la que lo producido u ofrecido no alcanza los requerimientos del mercado.
- b) Demanda satisfecha, en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere. Se pueden reconocer dos tipos de demanda satisfecha:
 - Satisfecha saturada, la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente. Es muy difícil encontrar esta situación en un mercado real.
 - Satisfecha no saturada, que es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer creer mediante el uso adecuado de herramientas mercadotécnicas como las ofertas y la publicidad.

En relación con su necesidad, se encuentran dos tipos:

- a) Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios, que son los que la sociedad requiere para su desarrollo y crecimiento, y están relacionados con la alimentación, el vestido, la vivienda y otros rubros.
- b) Demanda de bienes no necesarios o de gusto, que es prácticamente el llamado consumo suntuario, como la adquisición de perfumes, ropa fina y otros bienes de este tipo. En este caso la compra se realiza con la intención de satisfacer un gusto y no una necesidad.

En relación con su temporalidad, se reconocen dos tipos:

- a) Demanda continua, es la que pertenece durante largos periodos, normalmente en crecimiento, como ocurre con los alimentos, cuyo consumo irá en aumento mientras crezca la población.
- b) Demanda cíclica o estacional, es la que en alguna forma se relaciona con los periodos del año, por circunstancia climatológica o comercial, como regalos en la época navideña, paraguas en la época de lluvias, enfriadores de aire en tiempo de calor, etcétera.

De acuerdo con su destino, se reconocen dos tipos:

- a) Demanda de bienes finales, que son adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.
- b) Demanda de bienes intermedios o industriales, que son los que requieren algún procesamiento para ser bienes de consumo final.

Si se realiza el estudio de un proyecto para sustituir una maquinaria por obsolescencia o por capacidad insuficiente, el término “demanda” cambia en su concepto. Demanda aquí son las necesidades o requerimientos de producción de la maquinaria bajo estudio, expresadas como producción por unidad de tiempo, y sólo servirán para ese cálculo los datos de demanda interna, sin afectar en lo más mínimo, los datos a nivel nacional.

Una maquinaria, dentro de una empresa productiva, puede servir para producir un bien intermedio, realizar una función dentro de una secuencia de operaciones o bien producir un bien final. Cualquiera que sea el caso, los datos de la demanda del servicio que presta esa maquinaria, son sólo datos internos a la empresa obtenidos ya sea de ventas, si lo que se elabora es un producto final o datos de producción, si lo que elabora es un bien intermedio o es parte de una secuencia de producción, es decir, los datos de demanda son conocidos con toda certeza, ya que demanda aquí es sinónimo de requerimiento de servicio.

3.8.2 Análisis de la oferta

El término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios. Obviamente, el comportamiento de los oferentes es distinto al de los compradores. Un alto precio les significa un incentivo para producir y vender más de ese bien. A mayor incremento en el precio, mayor será la cantidad ofrecida.

El término oferta se aplica tanto a la curva como a la tabla de oferta. Lo mismo ocurre en la demanda. La conjunción de ambas curvas determina el precio de equilibrio es aquel en que a un precio determinado se igualan las cantidades ofrecidas y demandadas (todos los que quieren comprar o vender lo pueden hacer a ese precio). Ante un aumento en el precio, la cantidad ofrecida aumenta y la cantidad demandada disminuye. Al ocurrir lo anterior, la competencia entre los vendedores hará que el precio caiga hasta llegar a un nuevo equilibrio. Del mismo modo, ante una baja en el precio, la cantidad ofrecida disminuye y la cantidad demandada se incrementa por la presión de los

compradores, lo que hace posible un aumento en el precio hasta llegar a un nuevo equilibrio.

La teoría de la oferta es similar a la teoría de la demanda. Se pretende mostrar los efectos que tendrán los precios exclusivamente sobre la cantidad ofrecida, por lo que el supuesto *ceteris paribus* se utiliza también en este caso.

Al igual que en la demanda, existen algunos factores que pueden producir cambios en la oferta, a saber, el valor de los insumos, el desarrollo de la tecnología, las variaciones climatológicas y el valor de los bienes relacionados o sustitutos.

Resulta obvio concluir que si el precio de los insumos aumenta, los productores de un determinado bien que requiera de esos insumos no querrán seguir produciendo el bien al mismo precio al que lo ofrecían antes del alza en el precio de los insumos, por lo que produciría un incremento en el precio del bien como consecuencia de este hecho.

Por otra parte, el desarrollo de la tecnología puede significar una disminución en los costos de producción. A diferencia del caso anterior, los productores estarán dispuestos a entregar una mayor cantidad del bien al mismo precio que les ofrecían antes del cambio tecnológico que les permitió bajar su costo productivo.

Para el caso de la oferta de productos agrícolas, la situación se complica por el hecho de que una vez efectuadas las plantaciones y obtenida la cosecha, la oferta tiende a ser inelástica, afectando asimismo a la oferta para periodos posteriores. De esta forma, se produce un efecto intertemporal que sólo podrá corregirse en períodos futuros de plantación.

Las condiciones climatológicas, especialmente adversas en el sector agrícola, llevan aparejada una disminución en la cantidad ofrecida del bien que se vio afectado por el fenómeno climático. Una sequía, inundaciones o heladas significan la disminución de la oferta de los productos que se han visto afectados por los fenómenos climatológicos.

Del mismo modo, la existencia de bienes complementarios o sustitutos en la producción puede significar una disminución en la cantidad ofrecida de uno con respecto a otro. Si, por ejemplo, el precio de un bien sustituto aumenta, los productores del otro bien relacionado, que no subió de precio, tenderán a cambiar su producción por el sustituto que varió de precio. Lo anterior es especialmente válido en el caso de cultivos agrícolas, en donde el precio de un bien sustituto varía en el mercado. Existe un sentido similar cuando el avance tecnológico genera bienes sustitutos de mejor calidad.

La unidad básica de producción es la empresa. Allí los productores transforman los insumos y los factores productivos en bienes y servicios destinados a satisfacer las necesidades y la demanda de ellos. Los productores suministran diferentes bienes a distintos costos de producción. Por lo tanto, la oferta refleja los costos y la curva de oferta refleja el costo marginal, que es el incremento que se produce en el costo total causado por la producción de la unidad adicional.

Los costos totales de la empresa crecen a medida que su producción aumenta. El costo total de producción es la suma de los costos fijos, que se definen como aquellos que no varían, cualquiera sea la cantidad producida, y los costos variables, que son aquellos que varían según la cantidad producida.

La curva de oferta de corto plazo de una empresa está dada por su curva de costo marginal de corto plazo, siempre y cuando el precio sea de un nivel tal, que le permita cubrir sus costos variables de corto plazo.

El costo marginal no siempre determina la cantidad ofrecida, puesto que una empresa no puede producir una cantidad ilimitada. Para producir en forma eficiente, la unidad de producción debe combinar sus factores de una manera determinada. Por una parte, el mayor uso de cada factor implicará un aumento en la producción. Por otra, el uso de cantidades adicionales de factores producirá un aumento en el costo total de producción. La empresa estará utilizando una combinación óptima de factores cuando el aumento en la producción, generado por cada peso gastado en contratar factores adicionales, sea igual para todo ellos.

La cantidad óptima de producción será aquella que eleve al máximo el ingreso neto de la empresa; esto se producirá en el punto en que el ingreso recibido por la venta de la última unidad productiva sea igual al costo adicional de esa última unidad.

Las ganancias empresariales, con la exclusión del pago al capital, estarán determinadas por la diferencia entre el costo de producción y el ingreso percibido por las ventas de ella.

Para medir los costos en una empresa es necesario incluir todos los costos que afecten al negocio. Dentro de ellos se encuentran los costos implícitos o costos de oportunidad, que corresponden a la rentabilidad alternativa en el uso de los recursos. El costo de oportunidad también indica en forma aproximada cuánto debe pagarse por un insumo para mantenerlo en su empleo actual. De esta forma, los costos de una empresa pueden diferenciarse entre explícitos e implícitos. Dentro de estos últimos se puede señalar el beneficio normal sobre el capital invertido en la empresa.

Después que los costos implícitos o de oportunidad hayan sido cubiertos por el proyecto, cualquier beneficio remanente indicará la ganancia adicional que esta actividad significa con respecto a otras alternativas. De esta forma, se define el beneficio económico como aquel beneficio extraordinario que resulta cuando se tiene en cuenta los costos de oportunidad.

Cuando esto ocurra, otras empresas se interesarán por incorporarse al área de influencia del proyecto. De esta forma, en el largo plazo, definido éste como el tiempo suficiente como para que puedan instalarse y comenzar a operar otras empresas competitivas, la oferta del bien en el mercado se incrementará, lo cual hará bajar el precio, y con ello disminuirán los beneficios económicos o extraordinarios.

El analista de un proyecto que espera obtener beneficios extraordinarios debe evaluar el tiempo que podrá operar en las condiciones que le son favorables antes de que otras empresas se incorporen al mercado.

El conocimiento de la oferta y su comportamiento en relación con el bien o servicio que el proyecto desea producir constituyen elementos de análisis imperativos en el proceso de evaluación de proyectos de inversión. Entre la información básica para hacer un mejor estudio de la oferta destaca la cantidad de productores, localización, capacidad instalada y utilizada, calidad y precio de los productos, planes de expansión, grados de participación de mercado, servicios que se ofrecen junto con el producto, canales de distribución, etcétera.

El estudio del comportamiento esperado de la oferta establece el marco de la competencia futura que enfrentará el proyecto una vez funcionando. La oferta actual del producto que el proyecto evalúa elaborar puede enfrentar cambios una vez que el proyecto se haya insertado en el mercado. En este sentido, es válido analizar la situación histórica y actual de la oferta para determinar variables que puedan emplearse en pronosticar su comportamiento futuro, tanto en la situación proyectada sin proyecto como en la que podría esperarse en reacción a la aparición del proyecto⁹.

⁹ URBINA BACA GABRIEL, “EVALUACIÓN DE PROYECTOS”, 5ª EDICIÓN, EDITORIAL MC GRAW HILL, MÉXICO 2006, PÁGINA 14-20.

IV. HIPÓTESIS

La eficiencia y eficacia de la exportación de plátano hacia el mercado de los Estados Unidos dependen de las características que cumplan con los estándares y requerimientos de calidad del producto que determinan la oferta, demanda y precios en el mercado extranjero. Partiendo de esta premisa se requiere un diagnóstico de la empresa EXPOTOSI de Rivas que permita identificar las deficiencias actuales que limitan la exportación hacia los Estados Unidos.

V. DISEÑO METODOLOGICO

5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

5.1.1 Investigación Documental

La investigación documental consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio.

La investigación documental se desarrolló de la siguiente forma:

Revisión Documental de Información para el marco de referencia

Se realizó una revisión documental de la información orientado en base a los objetivos establecidos. La revisión documental fueron las siguientes fuentes:

- Bibliografía de Economía investigando todo lo referente a comercio interno y externo, restricciones de mercado y tipos de mercado.
- Bibliografía de Comercio Internacional orientado a las restricciones del mercado.
- Globalización en América Latina.
- Aspectos generales del mercado del plátano.

Revisión de Requerimientos, parámetros y exigencias del mercado de los Estados Unidos para Exportar

Se investigó los requerimientos, características para exportar el plátano hacia los Estados Unidos, se utilizó la Guía de Exportación de Plátanos hacia el mercado de los Estados Unidos.

La investigación documental tuvo como fin poder enfocar y determinar la problemática y así poder estructurar los objetivos, hipótesis e instrumentos de recolección de información para el desarrollo del estudio.

(ANEXO #1, REQUERIMIENTOS Y PARAMETROS PARA EXPORTAR PLATANO HACIA LOS ESTADOS UNIDOS)

5.1.2 Investigación descriptiva

La investigación descriptiva tiene como fin describir las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio.

La investigación descriptiva estuvo estructurada bajo la siguiente modalidad.

Entrevistas no formales exploratorias a las instituciones

Se realizó una entrevista no formal a las instituciones que están relacionadas con las exportaciones del plátano. Las visitas fueron a las siguientes instituciones:

- CETREX (Centro de Trámites para las Exportaciones): Tuvo como objetivo la recolección de información secundaria sobre la tendencia de las exportaciones del plátano hacia los Estados Unidos. Así mismo de los requerimientos para poder incorporarse al gremio de exportadores.
- MIFIC (Ministerio de Industria y Comercio): Tuvo como fin conocer la función de la institución como ente que deroga impuesto para la exportación.
- NICAEXPORT (Centro de Promociones para la Exportación): Tuvo como fin conocer su función y recolección de información secundaria del plátano.
- APENN (Asociación Nicaragüense de productores y exportadores de productos no tradicionales): Se suministró la información sobre los requerimientos, procedimientos y estándares que se debe sujetar el plátano para ser exportar hacia los Estados Unidos.

- MAGFOR (Ministerio Agropecuario y Forestal): Se recolectó la información para conocer los requerimientos fitosanitarios para la exportación de productos.
- APLARI (Asociación de Plataneros de Rivas): Se recolectó información secundaria de estadísticas de los productores de Rivas.
- SEABOARD de Nicaragua: Se conocieron los requerimientos logísticos necesarios para exportar el producto.

Entrevista formal a la Empresa Expotosi de Rivas

Se realizó una entrevista formal a la Empresa platanera de Rivas. El diseño del cuestionario de entrevista estuvo basado con referencia a estas variables:

- Precios del productor, intermediario y final. Así mismo en base a que se determinan los precios.
- Oferta actual de la empresa hacia el mercado nacional y extranjero.
- Demanda del Producto.
- Principales delimitantes actuales que presenta la empresa.

(ANEXO #2. ENTREVISTA EMPRESA EXPOTOSI)

Encuesta implementada a productores de la empresa EXPOTOSI de Rivas

Se implementó una encuesta para medir las variables determinantes del estudio a los productores de la empresa EXPOTOSI de Rivas. Actualmente está constituido por 22 productores que laboran 150 trabajadores. Se aplicará a una muestra representativa de los 22 productores sujetos de estudio.

(ANEXO #3, GUÍA PARA APLICAR ENTREVISTA)

5.1.3 Investigación Explicativa o causal

En base a las dos fases anteriores (documental y descriptiva) se tuvo como objetivo conocer las causas y efectos del problema de la empresa EXPOTOSI de Rivas.

Tuvo como finalidad construir un diagnóstico para poder conocer las deficiencias actuales que presenta la empresa sumado a la situación actual del comportamiento del mercado extranjero (Estados Unidos).

5.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

5.2.1 Universo

Existen a nivel nacional unos 3846 productores de plátanos en toda Managua. Esta división de productores es determinada de acuerdo a diferentes variables que son mencionadas en la topología de productores. El 78% del total de productores se concentra en Rivas (3000 productores), el 10% en Granada (384 productores), el 9% en Masaya (346 productores) y el 3% en León y Chinandega (115 productores respectivamente).

5.2.2 Población

La población esta constituida por 22 productores que laboran para la empresa EXPOTOSI. Estos 22 productores laboran alrededor de 150 trabajadores (se puede catalogar como una mediana empresa por ser menos de 200 y más de 50 trabajadores).

5.2.3 Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra fue a través del método probabilístico basado en la fórmula cuando se conoce el número de la Población. Se determinó esta teniendo en base un nivel de confianza del 95% (dado la metodología de las tablas es un valor de 1.96), un error estándar determinado del 6%. Los datos para sustituir en la fórmula son los siguientes:

$$N = \frac{Nz^2pq}{(n-1)e^2 + z^2pq}$$

Dado que:

N= Tamaño de la muestra que son 40 productores de la zona platanera de RIVAS.

Z= Nivel de confianza del 95% = 1.96.

E= Error estándar del 5%.

P= 50% probabilidad de éxito.

Q= 50% probabilidad de fracaso.

$$N = \frac{(22) (1.96)^2(0.50)(0.50)}{(22-1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$N = \frac{21.1288}{1.0129}$$

21 encuestas a implementar

5.3 VARIABLES DEL ESTUDIO

Para identificar los factores claves dentro del gremio platanero de Rivas determinantes para el comercio con Estados Unidos, se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

5.3.1 Variable independiente del estudio

La variable es: Análisis de la situación actual de productores de la empresa Expotosi para exportar el producto hacia los Estados Unidos.

5.3.2 Variable Dependiente del estudio

- **Mercado del Plátano**

Productores

Cooperativas que se dedican al cultivo del Plátano.

Comercio Internacional

Intercambio de bienes y servicios entre los países.

Competitividad

La medida en que una organización es capaz de producir bienes y servicios de calidad, que logren éxito y aceptación en el mercado global.

Calidad

Lograr productos y servicios cada vez mejores, a precios cada vez más competitivo.

Mercado

Consumidores reales y potenciales de nuestro producto.

Fijación de Precios.

Monto de dinero asignado a un producto o servicio.

- **Entes regulatorios**

Para poder evaluar el apoyo de entidades del gobierno y/o no gubernamentales en el sector platanero rivense para lograr mayor competitividad en la comercialización de este producto en Estados Unidos, se toman en cuenta las siguientes variables:

Leyes.

Regla a seguir para llegar a un fin determinado.

Fomento de la Exportación.

Apoyo que se da a la actividad exportadora para que esta se desarrolle, a través de incentivos, facilidades, actividades promocionales, créditos, entre otros.

Instituciones del Gobierno

Conjunto de instituciones enfocadas en el apoyo de diferentes sectores.

Instituciones No gubernamentales.

Conjunto de organismos que ayudan al desarrollo de la agricultura.

Programa de Capacitación.

Proceso diseñado para mantener o mejorar el desempeño laboral presente.

- **Normas, procedimientos y requerimientos de exportación**

Para identificar las leyes dentro del CAFTA – DR que beneficien y/o limitan al rubro platanero, se tomaron en cuenta las siguientes variables:

Normas.

Regla que se debe seguir o a que se debe ajustar.

Acceso a mercado.

Definición de normas comerciales de un país para facilitar o limitar el ingreso de bienes y servicios de otros países.

Certificado de Origen.

Acredita que las mercancías amparadas en este son originarias de un país determinado.

Cuota Arancelaria.

Volúmenes definidos de importación de productos que gozan de un trato arancelario especial.

Medidas Sanitarias y Fitosanitarias.

Medidas que un estado adopta, mantiene o aplica para proteger la vida o la salud animal o vegetal en su territorio de los riesgos proveniente de la introducción, radicación o propagación de una plaga o una enfermedad.

Normas de Origen.

Conjunto de normas y especificaciones con apego a las cuales habrá de calificar el origen de las mercancías transables internacionalmente.

5.4 FUENTES DE INFORMACION

5.4.1 Fuentes Primarias

Son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información.

Las técnicas de recolección de datos fueron:

- Entrevistas informales a las instituciones gubernamentales y no gubernamentales.
- Entrevista formal a la Gerencia de la empresa EXPOTOSI de Rivas.
- Encuesta implementada a una muestra representativa de los productores de la empresa EXPOTOSI.
- Observación de la situación actual de los productores de la empresa EXPOTOSI.

5.4.2 Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema por investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o situaciones.

Las fuentes de recolección de datos fueron:

- Libros de bibliografía sobre comercio, globalización, y mercado del plátano.
- Estadísticas de exportación de plátano hacia el mercado de los Estados Unidos.
- Estadísticas de producción de la Ciudad de Rivas.
- Parámetros necesarios para exportar el producto hacia los Estados Unidos.
- Requisitos necesarios para ser exportador.

- Requisitos necesarios para el proceso de embarque (logística)
- Requerimientos necesario fitosanitarios para exportar el producto.

5.5 INSTRUMENTO Y PROCEDIMIENTO PARA LA RECOLECCION DE DATOS.

5.5.1 Técnicas

Las técnicas utilizadas fueron:

- Observación de los hechos, zona platanera de Rivas.
- Entrevista formales e informales a instituciones sujeto de estudio.
- Encuesta a muestra representativa de productores de la zona de Rivas.
- Análisis de documentos suministrados por las instituciones visitadas.

5.5.2 Proceso de recolección de datos

Para la elaboración de las entrevistas basado en los objetivos específicos se aplicaron de la siguiente manera:

- Recolección de fuentes secundarias del estudio.
- Planteamiento del problema, desarrollo de objetivos e hipótesis.
- Recolección de fuentes secundarias estadísticas, procedimientos y requerimientos de exportación.
- Entrevistas no formales a cada una de las instituciones gubernamentales y no gubernamentales de exportación.
- Entrevista formal a la gerencia de la empresa EXPOTOSI de Rivas para evaluar la problemática actual.
- Encuesta implementada a una muestra representativa de productores de la empresa EXPOTOSI de Rivas.

- Diagnóstico de la situación actual del plátano de la empresa EXPOTOSI de Rivas.
- Elaboración de plan operativo o mejora recomendado a partir de deficiencias detectadas.

5.5.3 Técnicas de procesamiento

El procesamiento de los datos y análisis, se realizó por medio del programa estadístico Excel, en donde se realizaron gráficos, tablas y el análisis correspondiente mediante la elaboración de las entrevistas que serán aplicadas a las cooperativas.

VI. RESULTADOS

6.1 REQUERIMIENTOS, PROCEDIMIENTOS Y POLÍTICAS NECESARIAS PARA EXPORTAR EL PLÁTANO HACIA LOS ESTADOS UNIDOS.

CETREX (Centro de trámites de las exportaciones)

Funciones:

Ente encargado de trámites de las exportaciones que brinda servicio al sector exportador teniendo como principales funciones las siguientes:

- Facilitar exportaciones, garantizando eficiencia en la entrega de la documentación requerida y cumplimiento de los requisitos internacionales.
- Simplificar los trámites de exportación, disminuyendo costos financieros y humanos para el sector exportador.
- Centralizar las actividades involucradas en el proceso exportador, con la finalidad de brindar una atención ágil y oportuna.
- Asesorar y orientar sobre los aspectos relacionados con los requisitos y trámites de exportación
- Registrar y Autorizar los documentos oficiales de exportación
- Establecer agencias donde se necesiten, para cumplir con su objetivo.
- Atender exportaciones menores de US\$ 2,000 como agente aduanero de forma opcional.
- Generar estadísticas relacionadas con sus actividades
- Verificar y controlar los precios declarados en las exportaciones, posterior al proceso de exportación e informar de ello a la CNPE y a la DGA.

[\(www.cetrex.com.ni\)](http://www.cetrex.com.ni)

Investigación:

Se visito CETREX con el fin de conocer la función específica para poder realizar el trabajo. Se identifico bajo la modalidad de la entrevista informal lo siguiente:

- Es una de las principales base de datos para conocer las exportaciones e importaciones de productos tradicionales y no tradicionales.
- Se cuenta con investigaciones de mercado de determinados productos.
- Es uno de los primeros pasos de ser registrado como exportador del producto en CETREX.

(VER ANEXO 4, REQUERIMIENTOS PARA SER EXPORTADOR)

MIFIC (Ministerio de Fomento Industria y Comercio)

Dentro de las funciones principales son:

- Promover el acceso a mercados externos y una mejor inserción en la economía internacional, a través de la negociación y administración de convenios internacionales, en el ámbito de comercio e inversión.
- Promover la libre competencia, la eficiencia, defender los derechos del consumidor en todos los mercados internos de bienes y servicios. Organizar, dirigir y supervisar los Sistemas Nacionales de Normalización y Metrología.
- Apoyar al sector privado para que aproveche las oportunidades en los mercados internacionales, así como promover y facilitar la inversión en la economía del país, tanto nacional como extranjera, con énfasis en los mercados de exportación. Administrar el Registro de la Propiedad Industria e Intelectual.
- Impulsar la productividad, eficiencia y competitividad de cadenas y enjambres intersectoriales, la industria y otros sectores no agropecuarios, apoyándose en el

desarrollo, transferencia de la tecnología y la capacitación gerencial con énfasis en la pequeña y mediana empresa. (www.mific.gob.ni)

Investigación

En el Ministerio de Industria y Comercio se encarga principalmente de exonerar de impuestos los productos para exportarlos. Estos productos deben contar antes que nada con todos los requerimientos para exportarlo.

APENN (Asociación Nicaragüense de productores y exportadores de productos no tradicionales)

Es una organización sin fines de lucro la cual promueve la integración de la agricultura y de la agroindustria. Su objetivo es el de desarrollar la producción y producción de productos no tradicionales. APENN administra proyectos que promueven la participación de sus miembros en el desarrollo de sus comunidades, a través de su colaboración publica y privada, nacional e internacional.. La Junta Directiva de APENN es representada por productores y exportadores nicaragüenses. (www.apenn.org.ni)

Investigación

Se visito APENN con el fin de conocer los parámetros y requisitos necesarios para poder exportar el plátano hacia los Estados Unidos.

(ANEXO #1, REQUERIMIENTOS Y PARAMETROS PARA EXPORTAR PLATANO HACIA LOS ESTADOS UNIDOS)

CEI (Centro de Exportaciones e importaciones)

Inició sus actividades en 1992, es una sociedad civil particular sin fines de lucro con la misión de promover y diversificar las exportaciones nicaragüenses; así como también fomentar las inversiones extranjeras y nacionales en los sectores productivos.

Actualmente el CEI ha aceptado el reto de apoyar la exportación directa de los productos cultivados o fabricados por los pequeños empresarios nacionales, ubicando mercados y compradores potenciales, negociando los mejores precios y condiciones y realizando todos los trámites de exportación.

La Junta Directiva del CEI está integrada de las siguientes entidades: Consejo Superior de Empresa Privada (COSEP), Ministerio de Fomento Industria y Comercio (MIFIC), Financiera Nicaragüense de Inversiones (FNI), Cámara de Comercio Americana de Nicaragua (AMCHAM), Asociación Nicaragüense de Productores y Exportadores de Productos No-Tradicionales (APENN), Asociación de Bancos Privados (ASOBANP), Ministerio de Relaciones Exteriores (MINREX), Cámara de Industrias de Nicaragua (CADIN), Cámara Nicaragüense de la Micro Pequeña y Mediana Empresa Turística (CANTUR), Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR), Asociación de Industriales Exportadores de Nicaragua (ANIEX), Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) y el Programa Nacional de Competitividad.

Dentro de sus principales funciones esta la promoción y facilitar las exportaciones nicaragüenses, así como también fomentar las inversiones a través de políticas de apoyo, capacitación, coordinación con el gobierno, etc. (www.cei.org.ni)

NICAEXPORT (Centro de Promoción a las Exportaciones de Nicaragua)

La empresa tiene los siguientes objetivos:

- Apoyar a los empresarios nicaragüenses (principalmente a las PYME’s), a desarrollar la ventaja competitiva necesaria para penetrar los mercados de exportación.
- Evitar duplicidad de esfuerzos mediante la colaboración e integración de sus actividades con otros actores de los sectores privado, público y otros.
- Minimizar los esfuerzos que debe realizar un exportador ofreciendo un “One Stop Shop” dentro de NICAEXPORT donde el exportador encuentre en una sola ubicación física todos los servicios de apoyo al exportador.
- Apoyar el desarrollo de un marco de políticas de apoyo a las exportaciones.
(www.nicaexport.com)

Investigación

La función principal del Centro de Promoción según la entrevista no formal es:

- Dar asistencia técnica a los exportadores de productos tradicionales y no tradicionales.
- Banco de información de productos de acuerdo a características, procedimientos y generalidades.
- Base de datos con respecto a oferta, demanda y análisis de precios de acuerdo a los diferentes productos.

(VER ANEXO #5, REQUERIMIENTOS PARA EXPORTAR NICAEXPORT)

MAGFOR (Ministerio Agropecuario Forestal)

El Ministerio tiene como función principal regular los productos a través de los requerimientos fitosanitarios para poder exportarlo o venderlo a nivel nacional.

(www.magfor.gob.ni)

(VER ANEXO #6, REQUERIMIENTOS FITOSANITARIOS MAGFOR)

DGA (Dirección General de Aduanas)

- Administrar, normar, fortalecer y consolidar bajo los criterios de modernización la política aduanera de Nicaragua.
- Brindar servicios aduaneros ágiles que faciliten las actividades del comercio exterior.
- Dictar las disposiciones necesarias para el eficiente control, recaudación y fiscalización de los impuestos al comercio exterior y demás ingresos cuya recaudación está encomendada por ley.
- Coordinar el servicio de vigilancia aduanera y auditorias domiciliarias a los importadores, exportadores y auxiliares de la función pública de la DGA, a fin de prevenir y reprimir ilícitos e infracciones aduaneras. (www.dga.gob.ni)

Investigación

La Dirección General de Aduana tiene como principal objetivo brindar los servicios aduaneros para poder exportar el producto. Se reúnen todos los requerimientos para poder realizar el proceso logístico en la Naviera. El código arancelario del plátano es: 0803.00.20.10

Seaboard de Nicaragua

Es una empresa importante naviera que tiene como propósito prestar el servicio de transporte marítimo-

Investigación

Para el proceso logístico de exportar el producto hacia los Estados Unidos (Miami), se deben realizar los siguientes pasos:

- Se debe tener el contenedor con el producto 48 horas de anticipación antes del embarque. Si este contenedor se deja pasar el tiempo previsto se multa con US175 dólares si el transporte esta con cabezal y US150 dólares si esta sin cabezal.
- La embarcación va por Puerto Limón.
- Las tarifas van en dependencia del código de área.
- Se debe de llenar el formato de instrucciones de embarque.

(VER ANEXO #7, INSTRUCCIONES DE EMBARQUE SEABOARD MARINE DE NICARAGUA)

(VER ANEXO #8, TERMINOS INTERNACIONALES DE MERCANCIAS)

6.2 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA EXPOTOSI.

6.2.1 Ubicación de la Empresa

El departamento de Rivas se encuentra ubicado en la región del pacífico de Nicaragua. Este istmo, en el tiempo de la conquista, fue la cuna del cacique Nicaragua, razón por la cual la zona fue llamada *Valle de Nicaragua*. El departamento de Rivas fue creado en 1858 y según el historiador nicaragüense Dr. Jaime Incer Barquero, es el único que ha conservado su extensión territorial original.

La ciudad de Rivas, su cabecera departamental, fue elevada al rango de villa en 1720, con el nombre de "*Villa de la Pura y Limpia Concepción de Rivas*", de la cual se deriva su nombre actual para honrar al Capitán General Francisco Rodríguez de Rivas, presidente de la capitanía general de Guatemala en aquellos días.

Se conoce que las tierras que constituyen el istmo de Rivas emergieron del mar hace relativamente poco tiempo, en términos geológicos, siendo que su máxima altura ronda los 477 metros sobre el nivel del mar. No obstante, también forma parte del departamento la isla de Ometepe, que posee dos volcanes, uno de ellos el Concepción con 1610 metros sobre el nivel de mar. La isla posee una belleza natural impresionante, así como una gran riqueza arqueológica.

San Juan del Sur es uno de los puntos turísticos más visitados de Nicaragua. Sus playas preciosas son frecuentadas por miles de personas durante la época de verano y es navegada por cruceros llenos de turistas extranjeros que exploran el pacífico de Nicaragua y ciudades históricas, como Granada y Masaya, además de los pueblos brujos.

6.2.2 Entrevista Empresa Expotosi

Señor. Cristóbal Leal, Presidente de la Cooperativa EXPOTOSI.

Se realizó una entrevista a la Gerencia de la Empresa “EXPOTOSI” en su oficina central en Rivas. La Empresa EXPOTOSI esta constituida actualmente por 22 pequeños productores y tienen 300 manzanas de cultivo de plátano. En esta empresa laboran 150 trabajadores (se puede catalogar como mediana empresa).

Los resultados de la entrevista fueron los siguientes:

Nivel de Producción (oferta, demanda)

- Producción Anual: La producción anual de cosecha es de 75,000 mil unidades de plátano anual por manzana, se cultivan 300 manzanas de plátano.
- Producción para el mercado extranjero: La producción es de 50,000 mil unidades por manzana.
- Producción para el mercado nacional: La producción es de 25,000 mil unidades por manzana.
- Producción de Rivas: Se cultivaron hasta el año 2006 150,000 toneladas de plátanos en el mercado de Rivas que asciende a US\$35,250,000 millones de dólares (un precio por tonelada de US235 dólares).
- Producción para exportar: De las 150,000 toneladas se exporta el 30% (45,000 toneladas), principalmente al mercadeo centroamericano.
- Producción nacional: De las 150,000 toneladas se consume a nivel nacional el 70% (105,000 toneladas).

Precios

- El precio se determina por la oferta, demanda y calidad del producto. Se tiene tres niveles de precios: 1) Precio productor que es de C\$ 1.50 córdobas por unidad, 2) Precio intermediario que es de C\$ 1.80 – 2.00 córdobas por unidad y 3) Precio final mercado de C\$ 2.30 córdobas por unidad. Si el precio es menor que C\$ 1.00 córdoba por unidad a nivel nacional se debe exportar toda la producción, ya que no es rentable.

Condiciones actuales de la empresa EXPOTOSI

- Las condiciones actuales para el cultivo del producto es que debe ser un terreno franco arenoso y suelto. No debe tener mucha humedad.
- De los principales problemas en cuanto a mantener la calidad del producto son: 1) Evitar la plaga, la principal es la SIGATOKA NEGRA¹⁰, 2) Financiamiento para las principales técnicas de producción de plátano, 3) Los altos costos operativos para exportar el producto, 4) Capacitación a los trabajadores.
- La oferta del producto de plátano es de 75,000 unidades por manzana plantada (300 manzanas), pero es rechazado el 33% del producto.
- La demanda del producto es variada.
- Las condiciones de precio están determinadas por la calidad del producto. El precio por caja es de US\$ 13 dólares (cada caja contiene 50 libras, la condicionante es no pasar las 50 libras). Los precios en el mercado es de US\$12 bajo y US\$ 13 alto.

¹⁰ La Sigatoka Negra (*Mycosphaerella fijiensis* Morelet) en el plátano

En Fiji la Sigatoka negra, se descubrió como una enfermedad nueva en 1963 (Rhodes, 1964 y Leach, 1964), aunque hubo evidencia de su presencia en Hawai y en algunas zonas del pacífico desde mucho antes (Stover, 1972) En Centro América se descubrió por primera vez en Honduras en 1972 y desde allí se diseminó por el resto de la región, en Sudamérica, se registró en Colombia en 1981; posteriormente en Ecuador en 1989 y más reciente en Cuba y Venezuela (Morichon y Fullerton, 1990). Esta enfermedad altamente destructiva en los principales cultivares de plátanos, puede ocasionar según Burt et al (1997) y Orzco (1998) pérdida en el rendimiento entre un 50 y 100%, afectando de manera notoria la economía del productor. Ataca las hojas de las plantas, produciendo un rápido deterioro del área foliar cuando no se combate, afecta además el crecimiento y productividad de las plantas al disminuir la capacidad de fotosíntesis. También produce una reducción en la calidad de la fruta, al favorecer la maduración de los racimos, lo cual es la mayor causa de pérdida (Douglas y Ronald, 1992).

- Los parámetros de calidad son: 1) Tamaño que debe ser no menos de 11 pulgadas de largo, 2) Empacado y bajo su procedimiento de lavado, 3) No debe pasar el peso exigido que es de 50 libras por caja.
- Las condiciones de cosecha es que el producto no debe contener ninguna enfermedad, principalmente la sigatoka negra.

Principales problemas de la empresa EXPOTOSI

- El principal problema que se presenta es el precio, ya que esta es la determinante de la rentabilidad de la empresa. Muchas de las veces se cotiza por debajo del precio del producto y se tiene menos ganancias.
- Los gastos de empaque son excesivos, el empaque debe ser comprado en el exterior a un precio de C\$ 1.00 córdoba por empaque.
- El rechazo del producto del 100% de la exportación es del 33%.
- No se tiene financiamiento para las principales técnicas como son: 1) Técnicas novedosas de riego, 2) Capacitación a los trabajadores en cuanto a la siembra, 3) Labores de manejo de cultivo en las principales etapas, 4) Dotación de equipo de protección para evitar enfermedades a mediano plazo de los trabajadores.

Perspectivas para la exportación hacia los Estados Unidos

- La empresa no cuenta con el apoyo necesario del gobierno para propiciar la exportación de su producto.
- Actualmente cuenta con el apoyo de la Universidad de Michigan a través de un proyecto en cuanto a evaluar las condiciones actuales del producto.
- El Tratado de Libre Comercio es una arma de doble filo. Por una parte los parámetros exigidos sirven para propiciar el mejoramiento del producto, por otra parte abusan de esas medidas como proteccionismo a la entrada del producto.

(VER ANEXO #9, CARACTERISTICAS GENERALES DEL PLATANO)

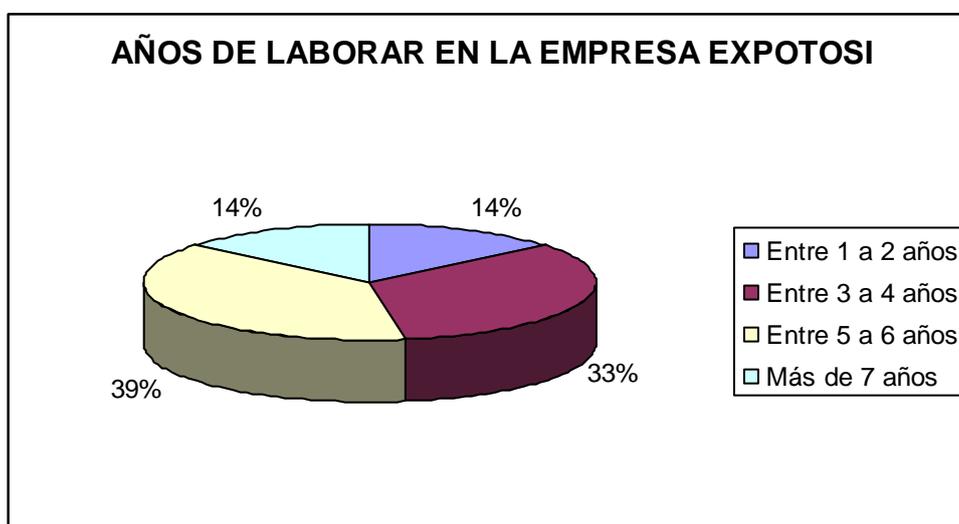
(VER ANEXO #10 FOTOGRAFIAS EMPRESA EXPOTOSI DE RIVAS)

(VER ANEXO #11 MAPAS DE LA CIUDAD DE RIVAS)

6.2.3 Encuesta

Se aplicó una encuesta a los pequeños productores que laboran para la empresa EXPOTOSI (Actualmente son 22 pequeños productores con un total de 150 trabajadores). La muestra es de aplicar 21 encuestas aleatoriamente.

La antigüedad en laborar en la empresa EXPOTOSI como productor es: Un 39% de los productores tiene entre 5 y 6 años de pertenecer a la empresa, un 33% entre 3 y 4 años y un 14% entre 1 a 2 años, y más de 7 años respectivamente.

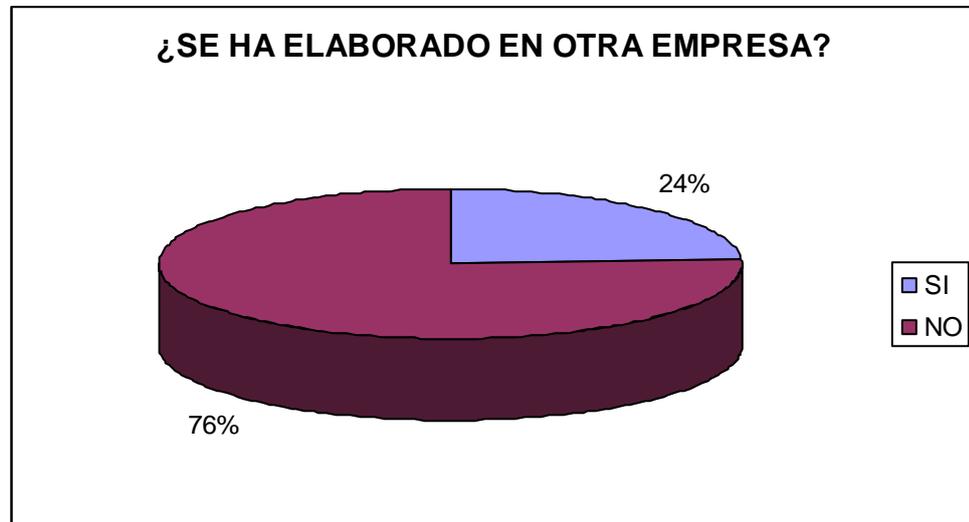


Fuente: Encuesta implementada productores de plátano de empresa EXPOTOSI

Tabla #1

Años de laborar en la empresa		
	No de productores	Porcentaje
Entre 1 a 2 años	3	14
Entre 3 a 4 años	7	33
Entre 5 a 6 años	8	39
Más de 7 años	3	14
RESULTADO TOTAL	21	100

El 76% de los productores no han laborado en otra empresa o pertenecientes a otra empresa, un 24% indican que si.

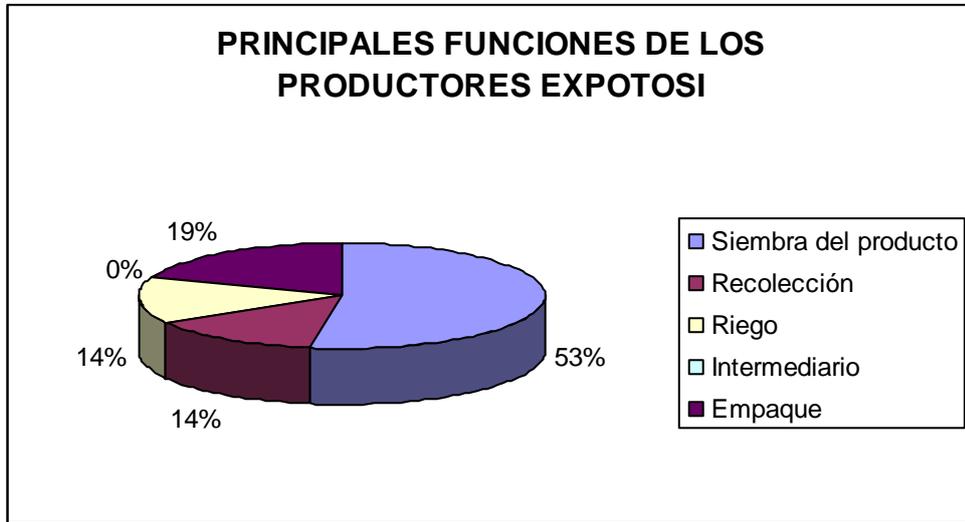


Fuente: Encuesta implementada productores de plátano de empresa EXPOTOSI

Tabla #2

Laborar en otra empresa	No de productores	Porcentaje
SI	5	24
NO	16	76
RESULTADO TOTAL	21	100

Con respecto a las funciones de los productores son: Un 53% siembra del producto, un 19% empaque, un 14% recolección y riego respectivamente.



Fuente: Encuesta implementada productores de plátano de empresa EXPOTOSI

Tabla #3

<i>Funciones</i>	No de productores	Porcentaje
Siembra del producto	11	53
Recolección	3	14
Riego	3	14
Intermediario		
Empaque	4	19
RESULTADO TOTAL	21	100

El 100% de los productores tiene el conocimiento de las condiciones actuales que tiene la empresa EXPOTOSI de la zona de Rivas.

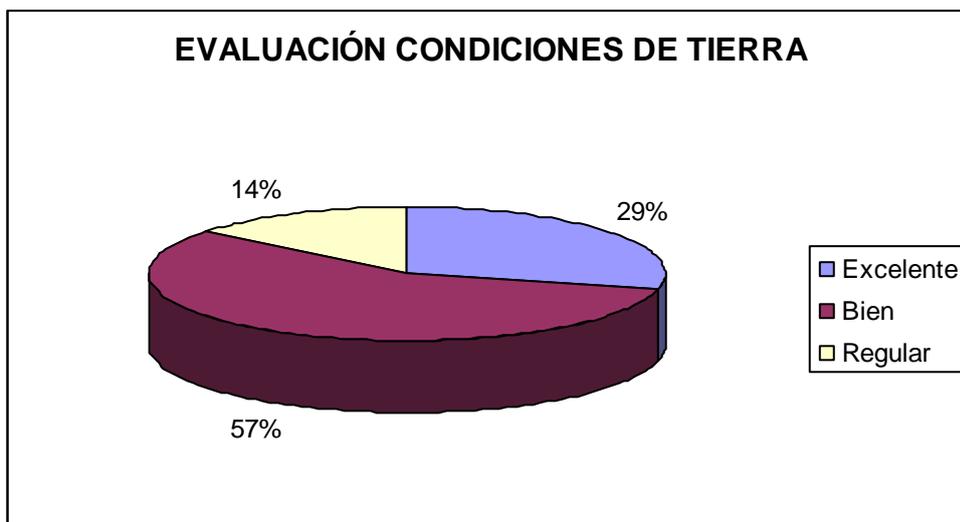


Fuente: Encuesta implementada productores de plátano de empresa EXPOTOSI

Tabla #4

Condiciones actuales	No de productores	Porcentaje
SI	21	100
NO		
RESULTADO TOTAL	21	100

La evaluación con respecto a las condiciones de tierra actual es: Un 57% de los productores indican que las tierras están en buenas condiciones, un 29% en excelentes condiciones y un 14% restante en regulares condiciones.

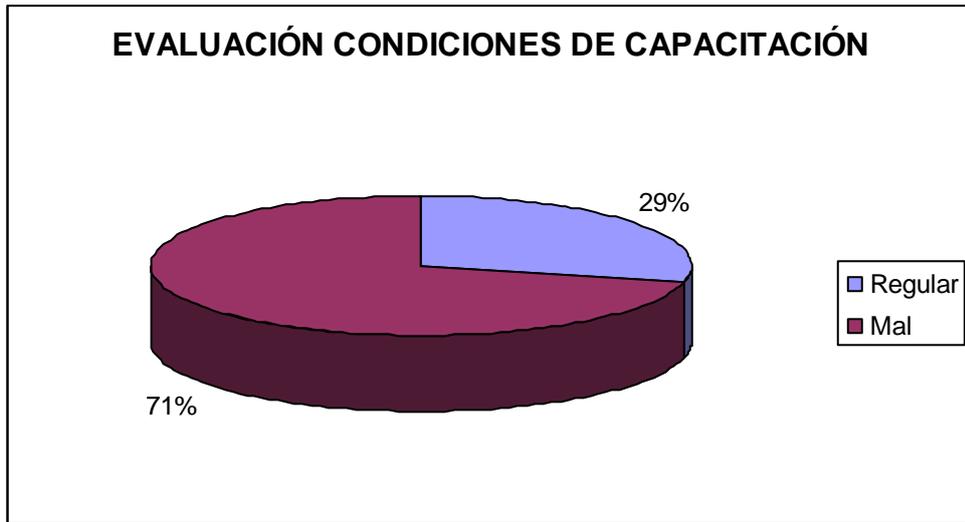


Fuente: Encuesta implementada productores de plátano de empresa EXPOTOSI

Tabla #5

Factores Actuales		
1- Condiciones de tierra		
	No de productores	Porcentaje
Excelente	6	29
Bien	12	57
Regular	3	14
Mal		
RESULTADO TOTAL	21	100

La evaluación con respecto a la capacitación a los productores: Un 71% opino que es mala la capacitación (la empresa no promueve e implementa planes de capacitación a sus productores), un 29% dicen que son regulares.

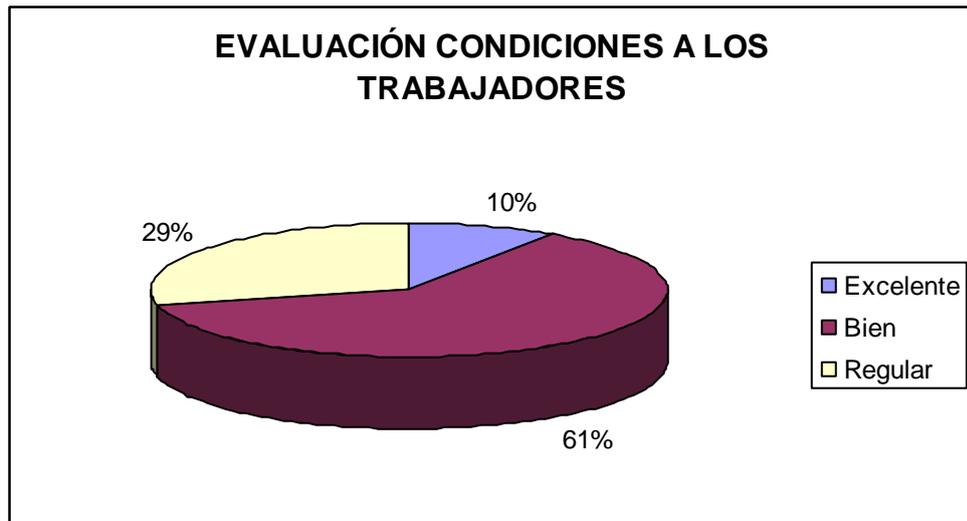


Fuente: Encuesta implementada productores de plátano de empresa EXPOTOSI

Tabla #6

2- Capacitación a los productores		
	No de productores	Porcentaje
Excelente		
Bien		
Regular	6	29
Mal	15	71
RESULTADO TOTAL	21	100

La evaluación con respecto al apoyo a los trabajadores: Un 61% esta bien el apoyo a sus trabajadores, un 29% es regular el apoyo a sus trabajadores y un 10% restante es excelente.

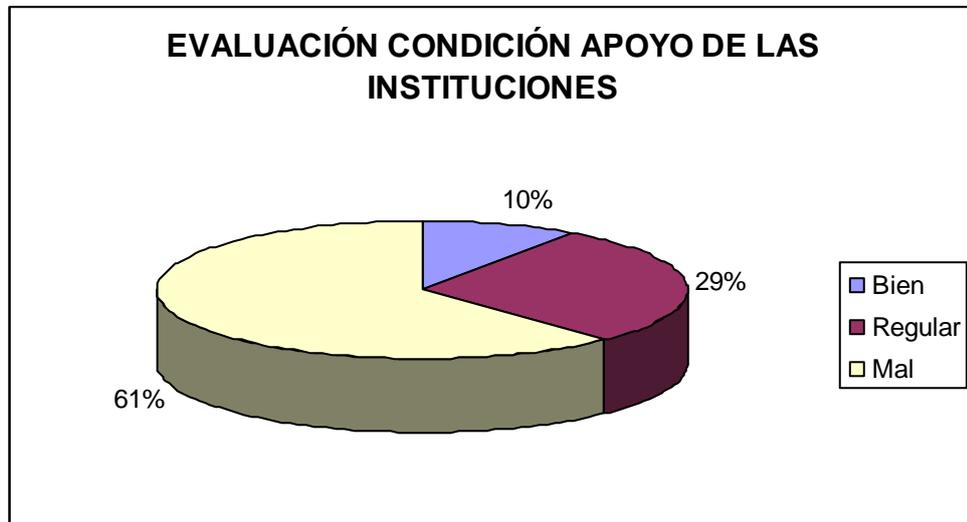


Fuente: Encuesta implementada productores de plátano de empresa EXPOTOSI

Tabla #7

3- Apoyo a los trabajadores	No de productores	Porcentaje
Excelente	2	10
Bien	13	61
Regular	6	29
Mal		
RESULTADO TOTAL	21	100

En la evaluación con respecto al apoyo de las instituciones gubernamentales y no gubernamentales es: Un 61% mal, un 29% regular y un 10% restante bien.

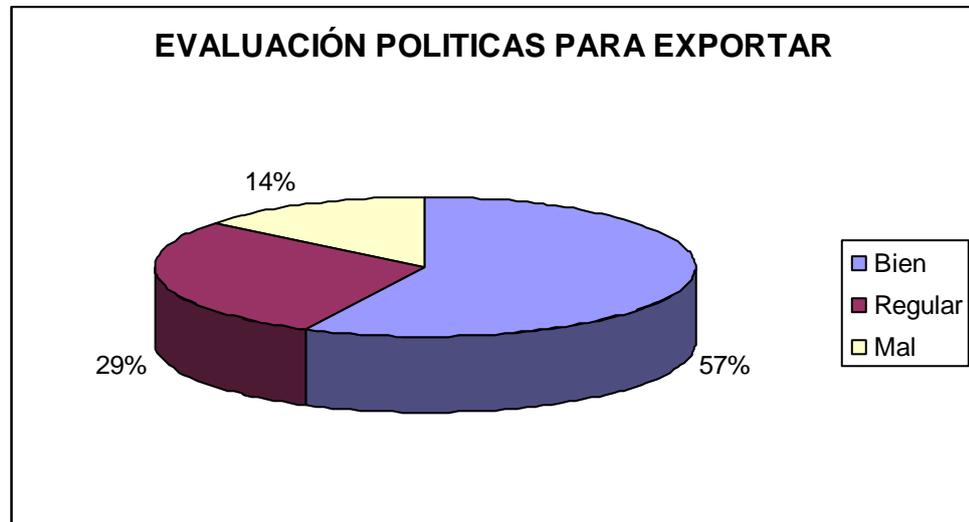


Fuente: Encuesta implementada productores de plátano empresa EXPOTOSI

Tabla #8

4- Apoyo Instituciones		
	No de productores	Porcentaje
Excelente		
Bien	2	10
Regular	6	29
Mal	13	61
RESULTADO TOTAL	21	100

Los productores evalúan las políticas propicias para exportar como: Un 57% bien, un 29% regular y un 14% mal.

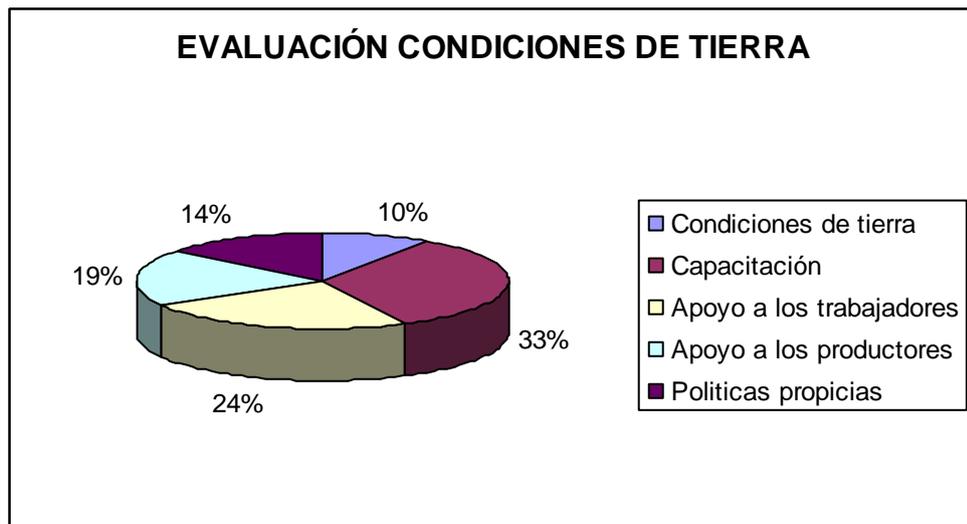


Fuente: Encuesta implementada productores de plátano / Rivas

Tabla #9

5- Políticas propicias para exportar		
	No de productores	Porcentaje
Excelente		
Bien	12	57
Regular	6	29
Mal	3	14
RESULTADO TOTAL	21	100

La incidencia con respecto a las condiciones actuales de los plataneros son: 1) La falta de planes de capacitación en las diversas áreas de mejora del producto, 2) Apoyo a sus trabajadores, 3) Apoyo a los productores de la zona de Rivas , 4) Políticas propicias para exportar y 5) Las condiciones de la tierra.

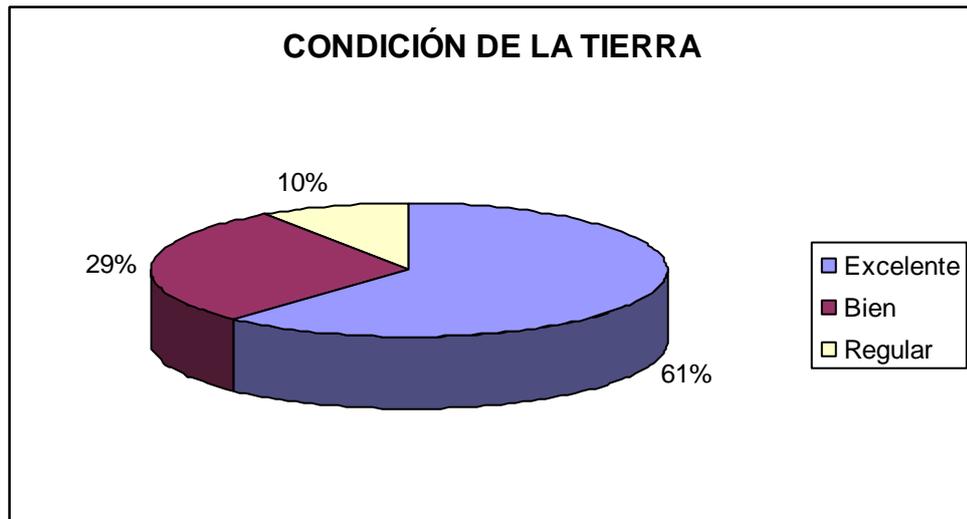


Fuente: Encuesta implementada productores de plátano de empresa EXPOTOSI

Tabla #10

Condiciones actuales plataneros			
	No de productores	Porcentaje	
Condiciones de tierra	2	10	5
Capacitación	7	33	1
Apoyo a los trabajadores	5	24	2
Apoyo a los productores	4	19	3
Políticas propicias	3	14	4
RESULTADO TOTAL	21	100	

En lo que respecta a la evaluación con respecto a la empresa EXPOTOSI: Un 61% indica que las condiciones de tierra son excelentes, un 29% que están bien y un restante 10% regular.

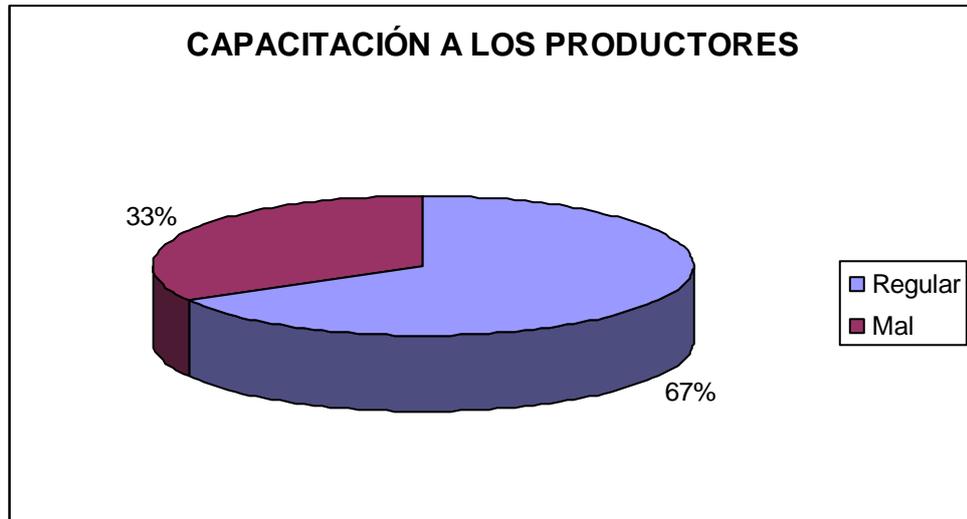


Fuente: Encuesta implementada productores de plátano de empresa EXPOTOSI.

Tabla #11

Evaluación Empresa		
1- Condiciones de tierra		
	No de productores	Porcentaje
Excelente	13	61
Bien	6	29
Regular	2	10
Mal		
RESULTADO TOTAL	21	100

La evaluación con respecto a la capacitación es: Un 67% que son regulares y un 33% que son malas.

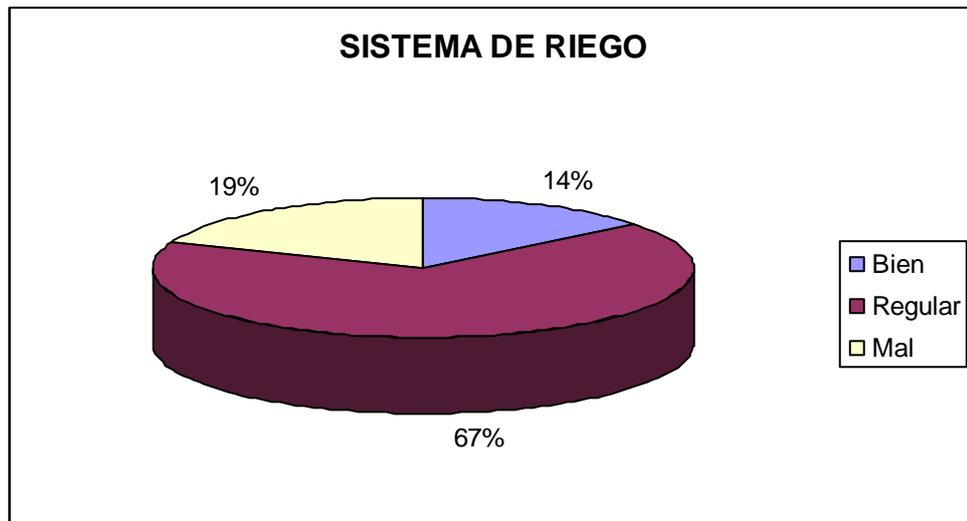


Fuente: Encuesta implementada productores de plátano empresa EXPOTOSI

Tabla #12

2- Capacitación a los productores		
	No de productores	Porcentaje
Excelente		
Bien		
Regular	14	67
Mal	7	33
RESULTADO TOTAL	21	100

El sistema de riego indica un 14% que están en buenas condiciones, un 67% en regulares condiciones y un 19% en malas condiciones.

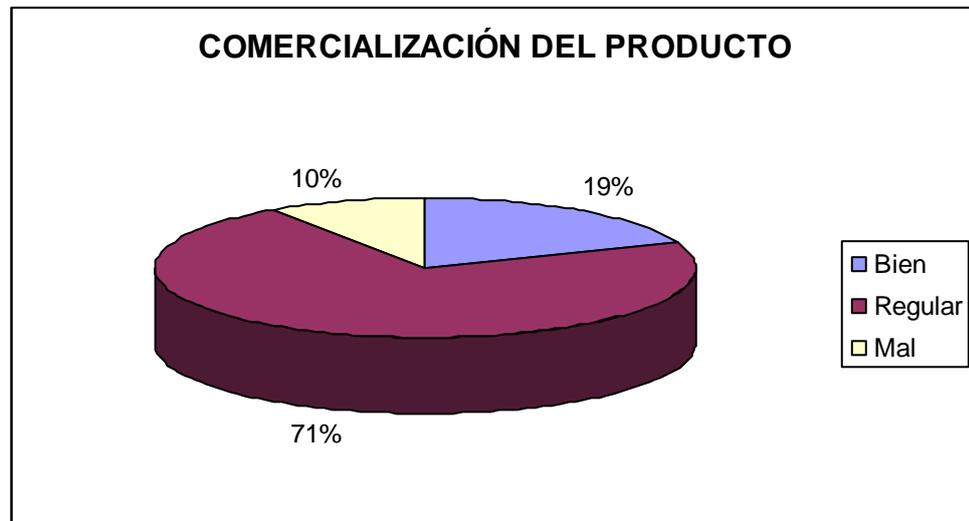


Fuente: Encuesta implementada productores de plátano / Rivas

Tabla #13

<i>Sistema de riego</i>	No de productores	Porcentaje
Excelente		
Bien	3	14
Regular	14	67
Mal	4	19
RESULTADO TOTAL	21	100

La evaluación con respecto a la comercialización del producto es: Un 71% regular su sistema de comercialización, un 19% en buenas condiciones y un 10% en malas condiciones.

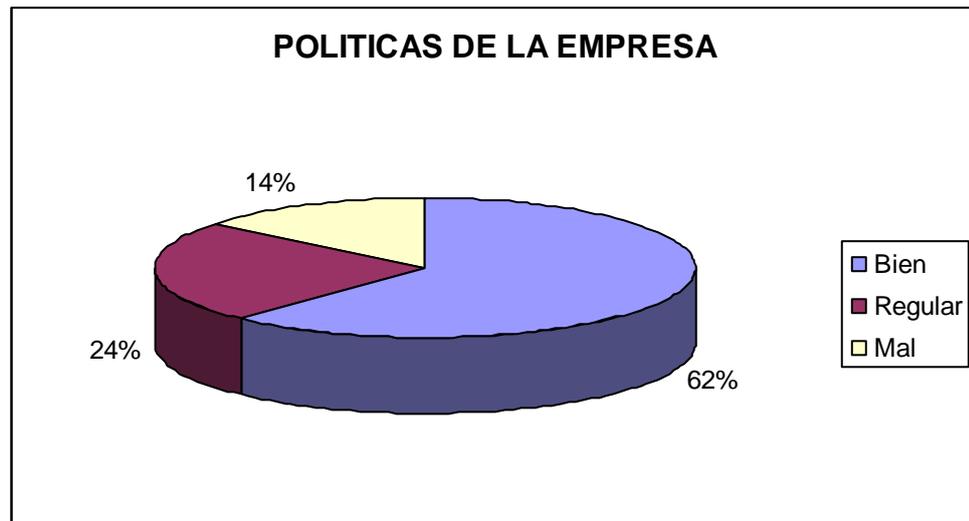


Fuente: Encuesta implementada productores de plátano / Rivas

Tabla #14

Comercialización Producto	No de productores	Porcentaje
Excelente		
Bien	4	19
Regular	15	71
Mal	2	10
RESULTADO TOTAL	21	100

En lo que respecta las políticas de la empresa son: Un 62% buenas las políticas de la empresa, un 24% regulares y un 14% malas.

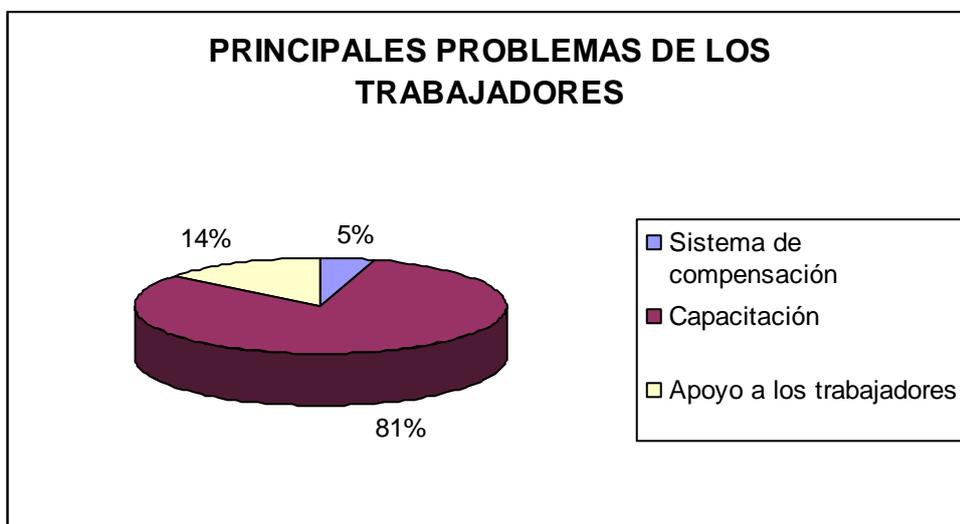


Fuente: Encuesta implementada productores de plátano empresa EXPOTOSI

Tabla #15

Políticas de la Empresa	No de productores	Porcentaje
Excelente		
Bien	13	62
Regular	5	24
Mal	3	14
RESULTADO TOTAL	21	100

La incidencia de los problemas de la empresa hacia sus trabajadores es: 1) Sistema de capacitación, 2) Políticas propicias, 3) Sistema de compensación.

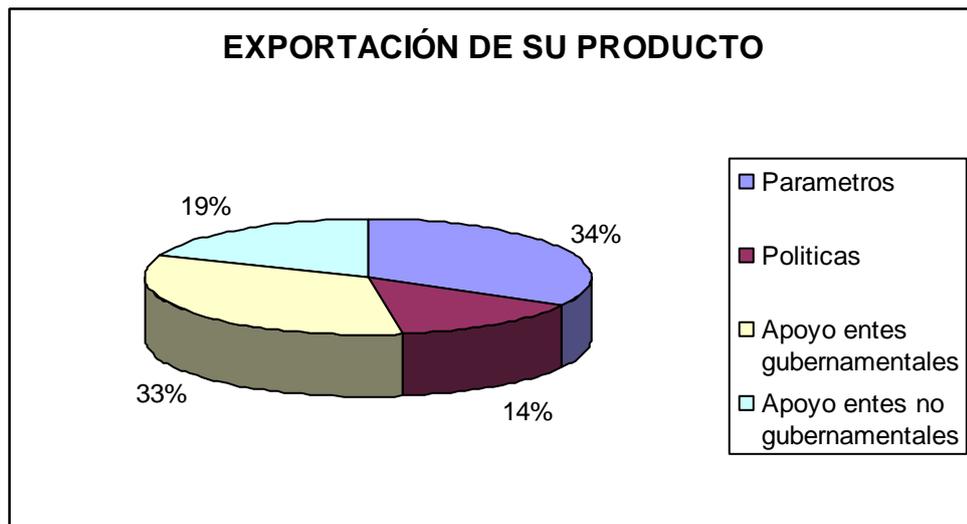


Fuente: Encuesta implementada productores de plátano / Rivas

Tabla #16

<i>Problemas Trabajadores</i>	No de productores	Porcentaje	
Sistema de compensación	1	5	3
Capacitación	17	81	1
Apoyo a los trabajadores	3	14	2
Políticas			
RESULTADO TOTAL	21	100	

En lo que respecta los principales problemas para exportar sus productos son: Un 34% cumplir con los parámetros de calidad, un 34% el apoyo de los entes, un 19% apoyo de entes no gubernamentales y un 14% políticas propicias.

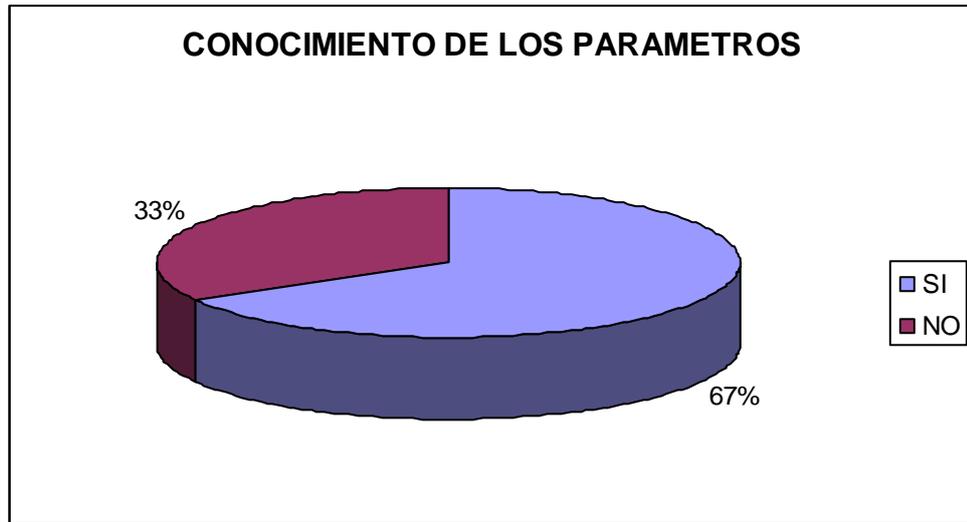


Fuente: Encuesta implementada productores de plátano / Rivas

Tabla #17

<i>Exportación de su producto</i>	No de productores	Porcentaje
Parámetros	7	34
Políticas	3	14
Apoyo entes gubernamentales	7	33
Apoyo entes no gubernamentales	4	19
RESULTADO TOTAL	21	100

Un 67% de los productores si conoce los parámetros que se debe regir la empresa para exportar su producto, un 33% indica que no tiene el conocimiento de estos parámetros.

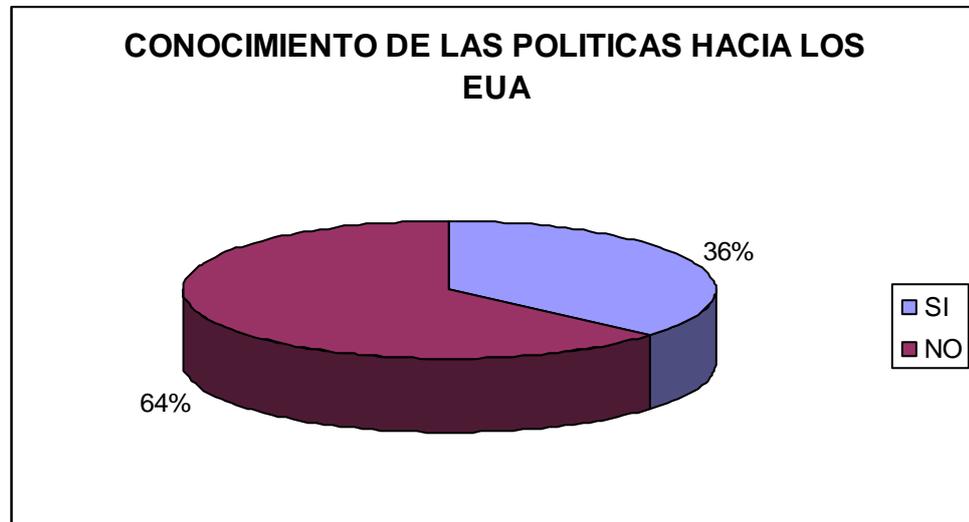


Fuente: Encuesta implementada productores de plátano / Rivas

Tabla #18

Conoce los parámetros	No de productores	Porcentaje
SI	14	67
NO	7	33
RESULTADO TOTAL	21	100

Un 64% de los productores no conoce las políticas actuales de exportación de plátano hacia los Estados Unidos, un 36% si las conoce.

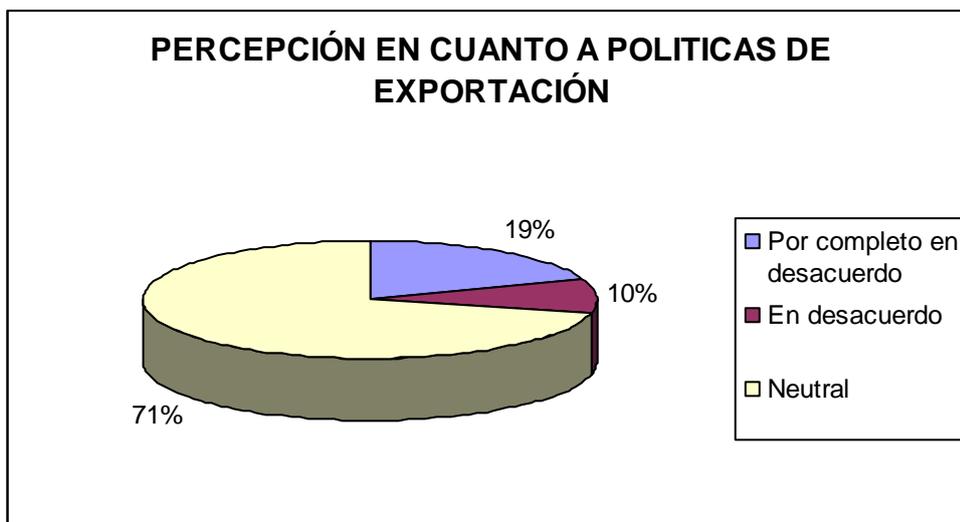


Fuente: Encuesta implementada productores de plátano / Rivas

Tabla #19

<i>Políticas Estados Unidos</i>	No de productores	Porcentaje
SI	4	36
NO	7	64
RESULTADO TOTAL	11	100

La percepción en cuanto a parámetros de exportación exigidos hacia los Estados Unidos indican: Un 10% en desacuerdo, un 19% por completo en desacuerdo, un 71% neutral.

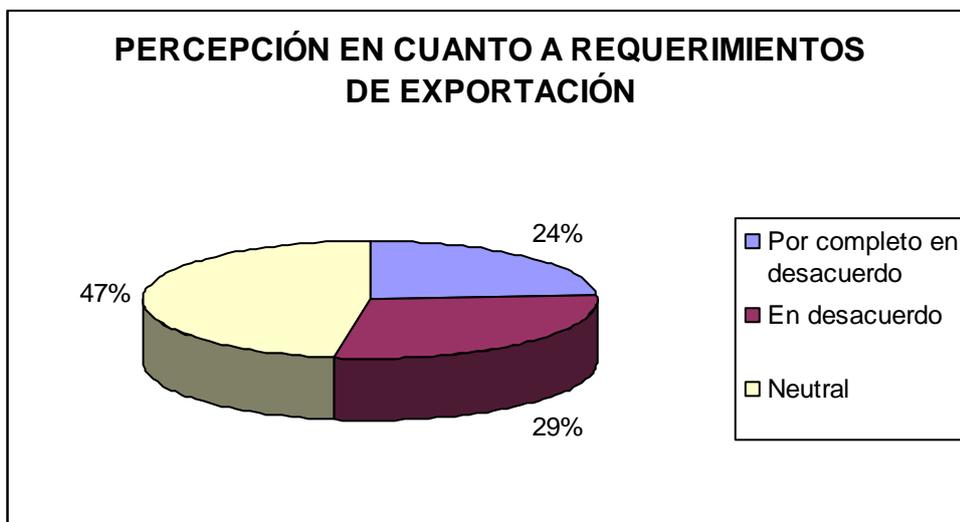


Fuente: Encuesta implementada productores de plátano empresa EXPOTOSI

Tabla #20

<i>Percepción Políticas</i>		
Parámetros exportación		
	No de productores	Porcentaje
Por completo en desacuerdo	4	19
En desacuerdo	2	10
Neutral	15	71
De acuerdo		
Por completo de acuerdo		
TOTAL	21	100

Con respecto a los requerimientos de exportación indican: Un 29% en desacuerdo, un 24% por completo desacuerdo y un 47% neutral.



Fuente: Encuesta implementada productores de plátano empresa EXPOTOSI

Tabla #21

Requerimientos de exportación		
	No de productores	Porcentaje
Por completo en desacuerdo	5	24
En desacuerdo	6	29
Neutral	10	47
De acuerdo		
Por completo de acuerdo		
TOTAL	21	100

6.3 ANÁLISIS DE OFERTA, DEMANDA Y PRECIOS DEL MERCADO DEL PLÁTANO

6.3.1 Análisis de la oferta y demanda mercado extranjero

Oferta Mundial del Plátano

Durante el período 1990-2003, la producción mundial de plátano creció en un 23% a un ritmo promedio anual de 2%. Dicha producción pasó de los 27 millones de TM en 1990 a 33 millones en el 2003. Por razones climáticas el cultivo se concentra en África y América.

De la producción mundial, el 73.2 % la produce África, de la cual, Uganda aporta el 30% de la producción Africana. América Latina ocupa el segundo puesto en producción, y Colombia es el principal país productor de la región con un 9% de la producción mundial.

Producción mundial de Plátano por regiones			
Regiones	Área (Has)	Rendimientos (Ton/Ha)	Producción (Ton)
América Latina y el Caribe	847,763	8.38	7,101,633
África	3,883,050	5.64	21,917,412
Asia	87,730	10.52	923,100
Total	4,818,543	6.21	29,972,145

Fuente: FAO

Principales Mercados

Los principales mercados para el plátano son Estados Unidos y Europa. Estos mercados son exigentes respecto con la calidad y tiempo de llegada del producto. Hacia Estados Unidos, se puede exportar vía aérea el producto con un grado de madurez de tres cuartos. Este grado es el justo para que el producto sea entregado en los mercados dos o tres días después de haber sido cosechado. Este método de cosecha requiere de un seguimiento cuidadoso al proceso de maduración del producto en la planta.

El producto es vigilado hasta que alcanza el punto en que los dedos del racimo se vuelven angulares y más redondos. Hacia Europa, la cosecha del producto a exportar debe ser controlada conociendo la edad de la fruta. La cosecha se realiza nueve semanas después de aparecido el racimo.

Estados Unidos es el mayor importador de plátano a nivel mundial. Este producto es importado para abastecer la demanda de las poblaciones hispanas fundamentalmente. El plátano fresco es conocido en este mercado como un tipo de ‘banano especial’ que se encuentra en el mercado durante todo el año. En el 2003, los principales abastecedores de plátano fueron: Colombia con un 39%, Ecuador con un 28%, Guatemala con un 25%, Costa Rica con un 6% y Venezuela con el 1%.

Principales Exportadores

Se estima que del volumen total de producción mundial de plátano, solo el 0.88% se destina a mercados externos. Los mayores productores-exportadores de plátano son los países latinoamericanos (FHIA, 2004). Colombia lidera el grupo de los principales exportadores de plátano. Es seguido por Ecuador que provee un poco más del 30% de las cuotas de importación mundial, y Venezuela que exporta arriba del 10%. Costa Rica y Honduras han apostado por las exportaciones de productos semi-procesados y plátano pelado.

Los países caribeños como República Dominicana y Puerto Rico realizan exportaciones directas de volúmenes menores a Estados Unidos.

El plátano en el mercado centroamericano

En Centroamérica, el mercado del plátano fresco es muy competitivo debido a que se produce en la región. Este mercado es menos exigente en estándares de calidad en comparación con los Estados Unidos. Sin embargo, se demanda un plátano grande, limpio y libre de manchas y daños mecánicos.

El principal importador de la región es El Salvador que importa este producto de Nicaragua y Guatemala. Este última tiene el control del mercado con un producto de buena calidad.

Durante el período 1998-2003, la producción de plátano en Centroamérica ha crecido en un 7%. En el 2002, el mayor productor de plátano de la región fue Guatemala con el 59%, seguido por Honduras con el 14%, El Salvador con 11%, Costa Rica con 10%, y finalmente Nicaragua con el 7%. Si se incluye el Caribe, la producción de Centroamérica y el Caribe alcanza 1.5 millones de toneladas métrica anualmente, de las cuales unas 400 mil toneladas (27 %) son producidas en Centroamérica (Costa Rica, Guatemala, Honduras y Nicaragua). Guatemala, en los últimos cinco años, ha incrementado el volumen de exportación de plátano a Estados Unidos en un 517%. En el 2003, Guatemala exportó 53 mil TM más que lo exportado en 1999.

Producción de plátano en Centroamérica y el Caribe			
País	Área (Ha)	Rendimientos (Ton/Ha)	Producción (Ton)
Costa Rica	8,500	11.76	100,000
Guatemala	6,500	7.69	50,000
Honduras	13,200	16.48	217,591
Nicaragua	3,800	10	38,000
Panamá	10,000	11.51	115,075
Cuba	40,000	5.4	216,000
Dominique	2,250	9.92	22,309
Guadalupe	550	10.87	5,981
Granada	75	9.73	730
Haití	45,000	6.44	290,000
Jamaica	2,031	16.66	33,831
Martinico	700	17.14	12,000
Puerto Rico	5,400	14.1	76,140
Rep. Domicana	35,500	9.62	341,411
Trinidad y Tobago	1,100	3.5	3,850
Total	174,606	8.72	1,522,918

FUENTE: FAO

Producción nacional de plátano RIVAS.

El departamento de Rivas produce alrededor de 100,000 TM de plátano anualmente, 30 % se produce en la Isla de Ometepe en los meses de Octubre a Marzo, debido a falta de riego. Y 70 % restante es producido en tierra firme durante todo el año. El área de producción de plátano del departamento de Rivas es de 10,000 ha. El rendimiento promedio en tierra firme es de 9 – 10 TM/Ha, y en la Isla de Ometepe de 4 – 5 TM/Ha.

El precio promedio por año por kilogramo de plátano es de \$ 0.26 (Veintiséis centavos dólar).

De la producción total de Rivas, 70 % se vende en el mercado nacional y 30 % se exporta principalmente al mercado centroamericano.

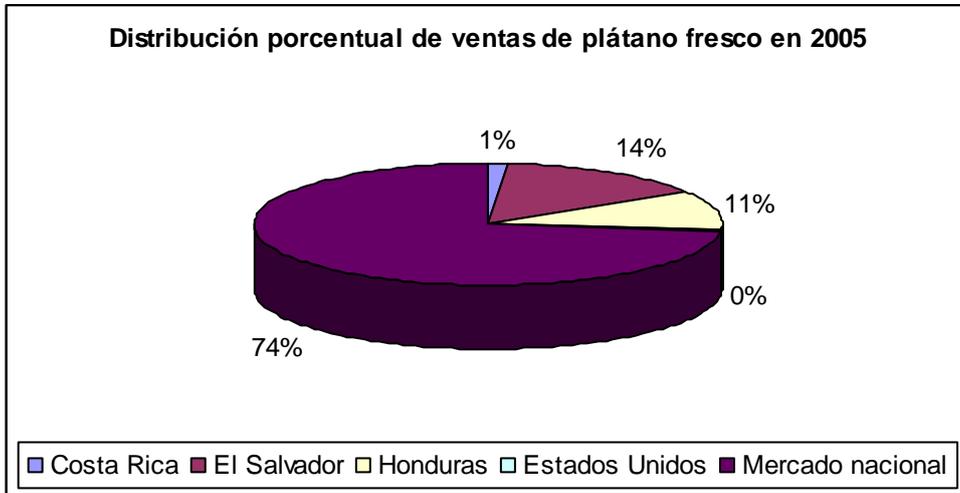
Actualmente, el departamento de Rivas produce el 70 % de la producción nacional de plátanos.

PRODUCCION DE PLATANO EN NICARAGUA

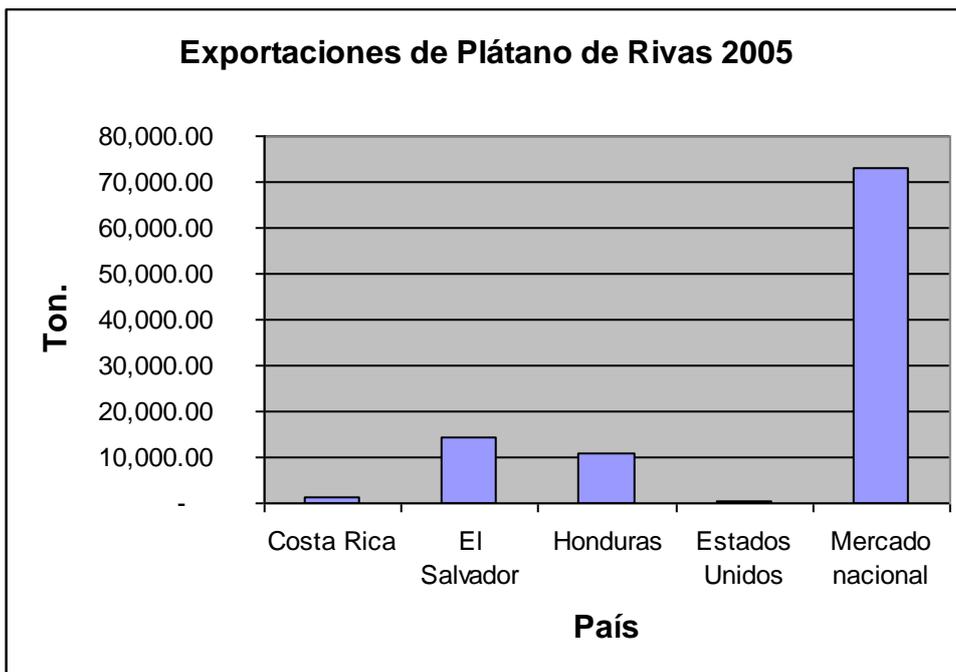
Año	Área cosechada (ha)	TM	Rendimiento promedio/ha	Precio U\$/TM	Total U\$/año
2000	-				
2001	-				
2002	6,000	48,000	8	162.50	7,800,000.00
2003	9,000	81,000	9	160.00	12,960,000.00
2004	11,000	110,000	10	187.50	20,625,000.00
2005	13,000	130,000	10	182.00	23,660,000.00
2006	15,000	150,000	10	235.00	35,250,000.00

**Fuente: APLARI.
2006.**

Distribución porcentual de ventas de plátano del departamento de Rivas por país de destino.

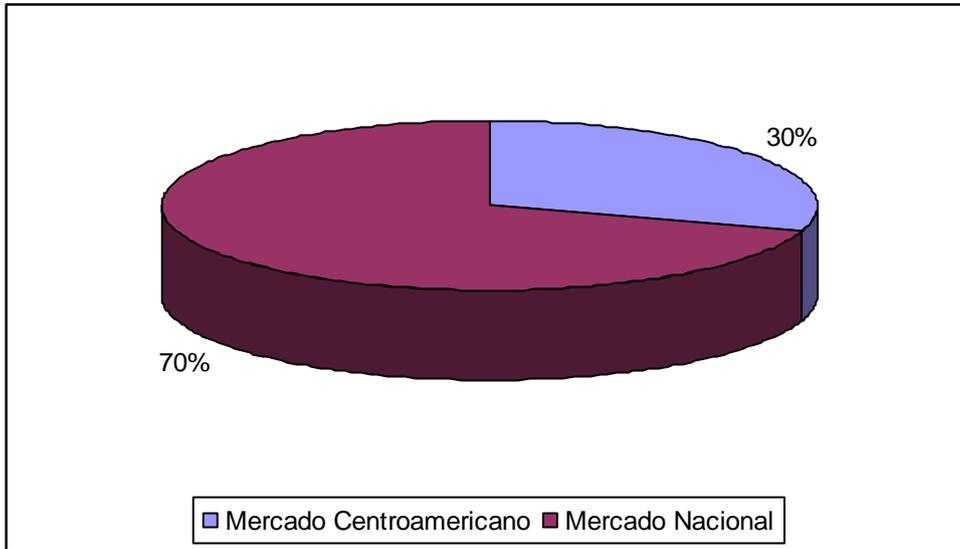


Fuente: APLARI. 2005.



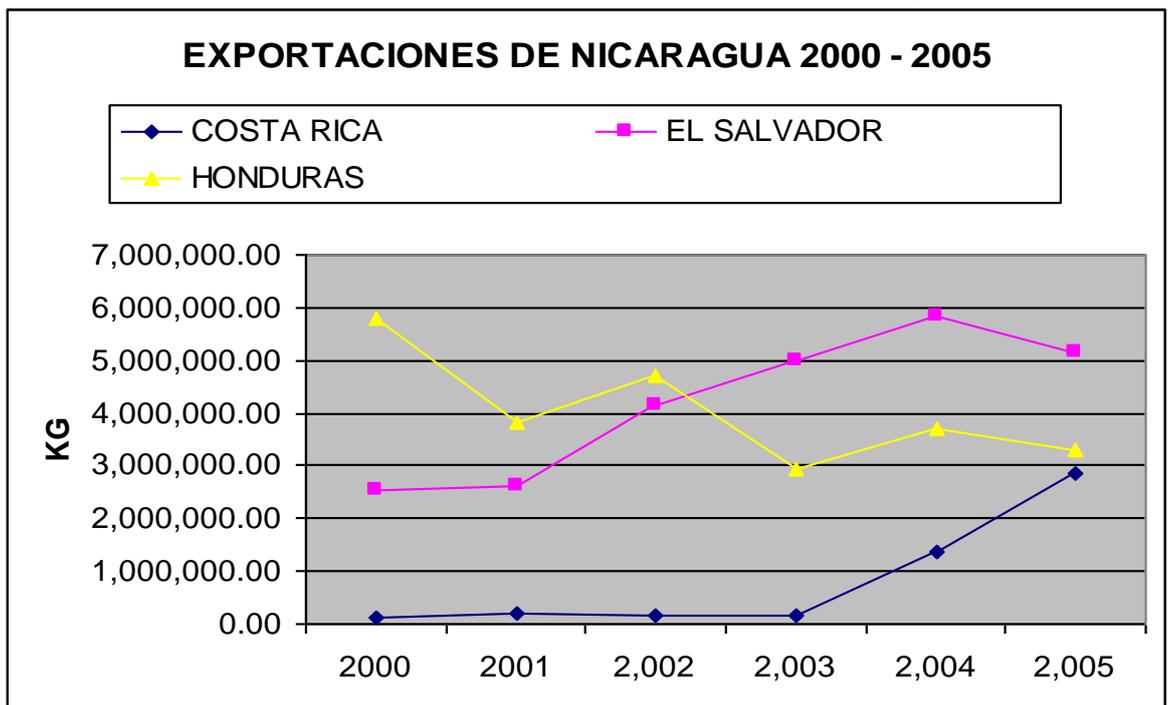
Fuente: APLARI. 2005.

Distribución de ventas de plátano de Rivas.



Fuente: APLARI. 2005.

Evolución de las exportaciones de Plátano en Nicaragua.



Fuente: CETREX. Nicaragua.

Producción PLATANERA EXPOTOSI de Rivas

La empresa Expotosi produce anualmente hasta el año 2006 (según fuentes de la Gerencia de la empresa Cristóbal Leal), que se producen 75,000 mil unidades cosechada por manzana (se cuenta actualmente con 22 productores y 150 trabajadores que cosechan 300 manzanas). El cultivo total de producción es de 22,500,000 unidades.

De esta producción total de plátano se exporta al mercado un 67% que corresponde a 50,000 unidades por manzana dando un total (300 manzanas) de 15,000,000 millones de unidades. Para el mercado nacional corresponde un 33% de la producción total, la cual es de 25,000 unidades por manzana (300 manzanas) dando un total 7,500,000 unidades de plátano.

En el mercado nacional el precio del productor es de C\$ 1.50 por unidad. La producción hasta el 2006 para la venta al mercado nacional fue de 7,500,000 unidades lo que indica que se obtuvieron ingresos de C\$ 11,250,000 córdobas para el mercado nacional. El 1.88% genera esta empresa de los ingresos totales de la producción de todos los productores de Rivas.

6.3.2 Precios Mercado de Plátano

Precios Internacionales

Los precios internacionales del plátano por caja es de US12 dólares precio cotizado bajo y de US13 dólares precio cotizado alto. El precio promedio por caja es de US12.50 por caja. Dentro de las características que debe contener cada caja para reunir los requerimientos que se sujetan a los precios:

- Calidad del producto dados por el tamaño de cada unidad (11 pulgadas de largo como mínimo de requerimiento).
- Cada una de las cajas no debe sobrepasar las 50 libras de peso.

- Reunir los requerimientos necesarios de empaque.
- Libres de cualquier plaga, bacteria o enfermedad.

Precios mercado nacional

Según Fuentes de la Asociación de Productores de Plátanos de Rivas (APLARI) hay tres tipos de precios que ellos manejan. Los tres tipos de precios son: 1) Precio del productor C\$ 1.50 córdobas, 2) Precio intermediario C\$ 1.80 – C\$2.00 córdobas y 3) Precio final C\$2.30.

Los precios son basados principalmente por la calidad del producto y conforme la oferta y demanda. Si el precio se cotiza menor que C\$ 1.00 por unidad en el mercado nacional se debe exportar.

VII. ANALISIS DE RESULTADOS

7.1 Principales fortalezas y debilidades de la producción de plátano de la empresa EXPOTOSI.

Fortalezas:

- Antigüedad en estar afiliados a la mediana empresa EXPOTOSI que cuenta con 22 pequeños productores de plátano (150 trabajadores en su totalidad). Se cuenta actualmente con 300 manzanas para la producción del plátano.
- Se ha incentivado la producción de plátano en la zona EXPOTOSI, teniendo un promedio de 22,500,000 millones de unidades, el cual 15,000,000 son para el mercado extranjero (67%) y 7,500,000 de unidades (33%) son el mercado nacional.
- Rivas representa el 78% de los productores a nivel nacional (3000 productores solamente en Rivas).
- La mayoría de los productores han solamente laborado en la empresa EXPOTOSI.
- Los productores están plenamente consientes de la situación actual de la mediana empresa y de sus perspectivas positivas para responder ante esta problemática.
- La cooperativa EXPOTOSI brinda el apoyo necesario a sus productores de plátano en cuanto al cultivo, acopio y plantación.
- Apoyo de la Universidad de Michigan en cuanto a asistencia técnica.
- Actualmente hay políticas que propician la exportación del plátano hacia el exterior.

Debilidades:

- Se rechaza el 33% de la producción total de plátanos de la empresa EXPOTOSI (22,500,000 unidades lo cual se rechaza 7,500,000 unidades) esto por no contar con los parámetros de calidad, esta producción se vende a nivel nacional.
- Se cotiza muchas de las veces por el precio promedio. A veces en el mercado nacional se cotiza a un precio de C\$ 1.00 Córdoba por unidad, cuando esto sucede debe exportarse el producto.
- Financiamiento para las principales técnicas de producción como el sistema de riego, capacitación en la siembra del producto y labores del manejo del cultivo.
- Altos costos operativos en cuanto al empaque (C\$1.00 córdoba promedio por empaque o caja de plátano), ya que en Nicaragua no se produce este tipo de empaque.
- No hay planes adecuados de capacitación en las diversas áreas para mejorar el cultivo del plátano como sistemas eficientes de riego, siembra de plátano, labores de cultivo de plátano entre las etapas de los frutos, deshoje y aplicación de fungicidas.
- No hay apoyo suficiente por parte de las instituciones gubernamentales y no gubernamentales.
- El sistema actual de comercialización no responde ante las necesidades actuales para exportar bajo los parámetros que se exigen de exportación hacia los Estados Unidos.
- Los productores en su mayoría, no conocen los parámetros actuales que exigen para exportar el plátano.
- Los productores en su mayoría no conocen las políticas que propician la exportación del plátano.

Oportunidades:

- Actualmente la zona de Rivas presenta condiciones idóneas para el cultivo del plátano obteniendo un producto con las características que exige el mercado para exportar.

Amenazas:

- Plagas y bacterias que perjudican el producto (Sigatoka Negra).
- Fungicidas nocivos y peligrosos para la salud de los que cultiva plátano.
- Competencia desleal por parte del mercado centroamericano en cuanto a precios.

7.2 Propuesta para mejorar las condiciones que propicien la exportación del plátano de la empresa EXPOTOSI

De acuerdo a las deficiencias detectadas se recomienda el siguiente plan operativo:

MEJORA: TRABAJADORES	OBJETIVO	¿QUE SE DEBE HACER?	¿QUIENES?	LOGROS
<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones óptimas de vida de los trabajadores de cada cooperativa. • Planes de capacitación para mejorar el producto. • Asistencia técnica en procedimientos y manejo de sus tierras y riego. • Brindar educación a sus pobladores y a los hijos(as) de los pobladores de la cooperativa. 	Mejorar las condiciones actuales de la población de agricultores de plátano de la zona de Rivas pertenecientes a la cooperativa EXPOTOSI.	<ul style="list-style-type: none"> • Plan orientado a mejorar las condiciones de vivienda de los trabajadores a través del análisis situacional de su forma de vida actual. • Propiciar la educación primaria elemental a los niños(as) y trabajadores de la zona para mejorar su condición de vida mental. • Brindar a los agricultores asistencia técnica de manejo eficiente y eficaz de tierra, riego y aplicación de fungicidas. para la mejora del cultivo de plátano. • Desarrollo de planes de capacitación orientados a la mejora del producto, sistema de riego, manejo de tierras y aplicación de fungicidas. • Dotar del equipo de protección necesario para la aplicación de fungicidas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa EXPOTOSI. • Alianza con las cooperativas. • Entes gubernamentales y no gubernamentales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora en el producto final. • Mejora en el desempeño, eficiencia y estilo de vida de los pobladores. • Mejoras en las condiciones de vida físico, emocional y mental de los agricultores de la zona.

MEJORA: RELACIONES CON LOS ENTES	OBJETIVO	¿QUE SE DEBE HACER?	¿QUIÉNES?	LOGROS
<ul style="list-style-type: none"> • Propiciar relaciones con los entes gubernamentales y no gubernamentales orientados a propiciar las exportaciones de plátano hacia los Estados Unidos. • Diseño y plan a través de un taller a los agricultores de los procedimientos, requerimientos y sus ventajas y desventajas de exportación de plátano hacia los Estados Unidos. 	<p>Dar a conocer los requerimientos, procedimientos y sus ventajas y desventajas para exportar el plátano hacia los Estados Unidos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres a los agricultores para dar a conocer los requisitos y procedimientos para exportar el plátano hacia los Estados Unidos. • Relaciones más cordiales entre los agricultores y los entes encargados de propiciar las exportaciones hacia los Estados Unidos. • Reuniones entre principales entes y agricultores para dar a conocer su problemática actual. • MAGFOR deberá orientar a los agricultores en cuanto a medidas más eficaces contra hongos, bacterias y virus del plátano. • Relaciones más estrechas entre APLARI y todos los productores de plátano. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperativa EXPOTOSI. • Entes gubernamentales y no gubernamentales que propician exportaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor conocimiento entre los agricultores sobre la exportación del producto hacia los Estados Unidos. • Mejorar las relaciones entre los entes y la zona de cultivo. • Que el Gobierno conozca la problemática actual de la zona de Rivas del cultivo del plátano.

MEJORA: RELACIONES CON UNIVERSIDAD ORIENTADA A LA AGRICULTURA	OBJETIVO	¿QUE SE DEBE HACER?	¿QUIÉNES?	LOGROS
<ul style="list-style-type: none"> • Propiciar relaciones con la Universidad Agraria de Nicaragua par fomentar y propiciar el cultivo del plátano. • Talleres estudiantes ya finalizando sus estudios con los trabajadores. 	<p>Relacionarse con los estudiantes de los últimos años de la Universidad Agraria con el fin de intercambiar conocimientos para la mejora del producto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer a la Universidad los beneficios que conlleva fomentar a los estudiantes el conocer la situación actual de este producto (zona y trabajadores). • Intercambio de ideas a través de talleres o grupo focal entre los estudiantes y trabajadores del cultivo de la zona. 	<ul style="list-style-type: none"> • Agricultores • Estudiantes últimos años de la Universidad Agraria. 	<ul style="list-style-type: none"> • Propiciar a los estudiantes experiencia y práctica de sus conocimientos sobre sistema de riego, cultivo, cuidado de la tierra, etc. • Mejorar relaciones entre la comunidad e instituciones educativas (mayor participación ciudadana).

<i>MEJORA: MATERIAL DE EMPAQUE</i>	<i>OBJETIVO</i>	<i>¿QUE SE DEBE HACER?</i>	<i>¿QUIÉNES?</i>	<i>LOGROS</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Negociar con nuevas empresas proveedoras de material de empaque. 	<p>Reducir los altos costos de material de empaque del plátano.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Negociar con las empresas actuales de material de empaque para exportar el plátano para reducir costos. • Negociar con nuevas empresas proveedoras de material de empaque. • Crear una empresa proveedora de material exclusivo de empaque de plátano. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa EXPOTOSI. • Proveedores de material de empaque. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducir los altos costos incrementales de material de empaque que no son producidos en Nicaragua.

VIII. CONCLUSIONES

De acuerdo a los objetivos desarrollados y los resultados objetivos se puede concluir en lo siguiente:

- 1- Se realizó un análisis de la situación actual de las condiciones que presenta Rivas en la empresa PLATANERA EXPOTOSI a través de lo siguiente:
 - 1.1 Análisis a través de la observación de la empresa EXPOTOSI evaluando las condiciones del lugar y de la percepción de los trabajadores con el fin de tener el problema preliminar antes de aplicar los instrumentos de información primaria.
 - 1.2 Se aplicó una entrevista a la gerencia de la empresa EXPOTOSI que delega a los productores de plátano con el fin de evaluar la percepción.
 - 1.3 Se aplicó una encuesta a una muestra representativa de los productores para conocer la problemática actual.
- 2- Conforme a los resultados obtenidos se pudo desarrollar un análisis FODA con el fin de poder desarrollar recomendaciones para la situación actual.
- 3- Se analizó la oferta, demanda y análisis de precios del producto conforme a lo siguiente se identificó que:
 - 3.1 Es un producto con gran potencialidad de mercado en cuanto a la oferta.
 - 3.2 La demanda ha crecido constantemente y aceleradamente, existen varios ofertantes del producto.
 - 3.3 Los precios de compra no varían mucho.
- 4- Actualmente el mercado de los Estados Unidos demanda 14 requerimientos a los ofertantes del producto para poder comprar el plátano, estos requerimientos son en cuanto a características del producto, empaque, embalaje y transporte.

IX. RECOMENDACIONES

Las principales recomendaciones con respecto a los resultados obtenidos son:

- 1) La empresa EXPOTOSI de Rivas debe propiciar planes orientados a mejorar las condiciones en cuanto ha:
 - 1.1 Planes de capacitación a los productores con orientación en las diversas áreas de oportunidad en cuanto a las mejoras del producto a través de un mejor desempeño de los trabajadores.
 - 1.2 Mejorar las condiciones de los trabajadores a través de planes de educación para sus hijos(as), salud y vivienda.
 - 1.3 Asistencia técnica en cuanto a riego como punto de partida para obtener un mejor producto.
 - 1.4 Divulgación y conocimiento de los requerimientos exigidos para exportar el producto hacia los Estados Unidos.
 - 1.5 Mejorar las relaciones con las universidades nacionales orientadas a la agricultura.
 - 1.6 Reducir costos de empaque con negociación a los proveedores.
 - 1.7 Relacionarse con los entes gubernamentales y no gubernamentales para promover la exportación del plátano hacia el exterior y velar por la protección de competencia desleal.
 - 1.8 Negociar el apoyo de las instituciones para adquirir capacitación y asistencia técnica para mejorar el producto.
 - 1.9 Las instituciones deben de dar a conocer los requerimientos que se requieren para exportar el producto a través de seminarios o talleres a los productores.

