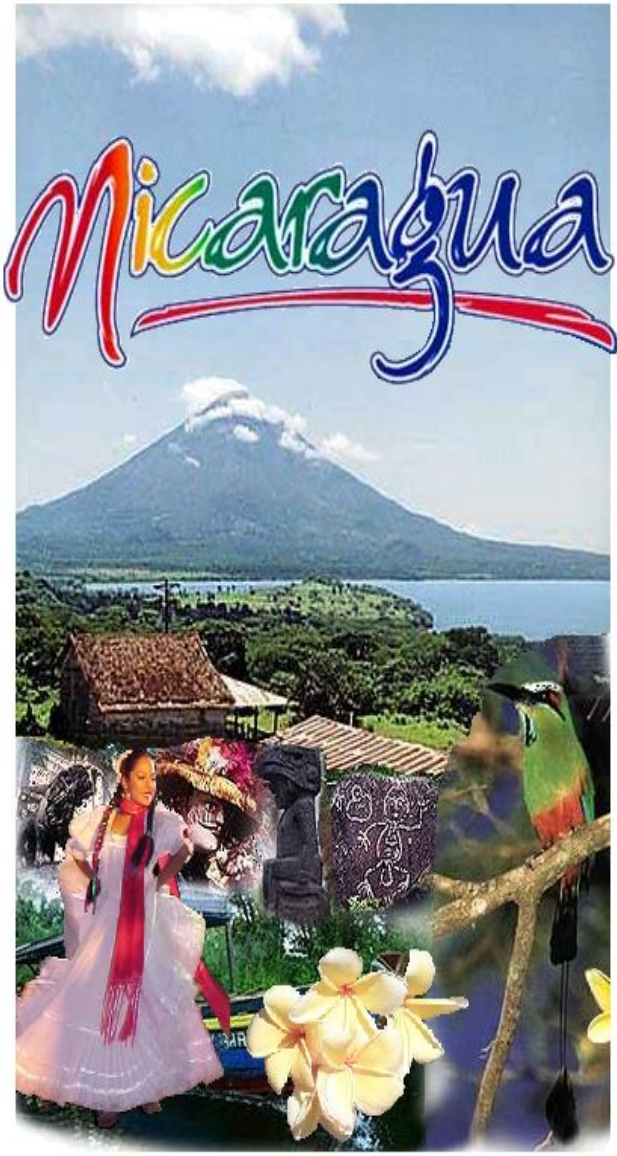
Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional

El Pueblo, Presidente!

2012 CON TODOS Y POR EL BIEN DE TODOS!

2011

Informe Anual de Comercio Exterior



PODER CIUDADANO

Nicaragua Gana con Vos!

Nicaragua en el Alba

CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA!

MINISTERIO DE FOMENTO, INDUSTRIA Y COMERCIO

Contenidos

Introducción. 3
I. Saldo comercial 4
II. Principales productos exportados. 6
III. Principales destinos de bienes seleccionados. 13
Café. 13
Carne de bovino. 15
Oro 17
Azúcar 18
Maní 20
Queso, leche en polvo y leche fluida 22
Camarones, langosta y pescado entero 25
Ganado bovino. 28
IV. Exportaciones CIIU 30
V. Principales destinos de las exportaciones. 32
VI. Diversificación de las exportaciones 36
VII. Principales productos importados. 38
VIII. Importaciones por Uso o Destino Económico. 40
IX. Origen de las importaciones 43
X. Términos de Intercambio 44
XI. Comercio de servicios 45
XII. Inversión Extranjera Directa 46
XIII. Acciones de política comercial 48

Introducción.

I. Saldo comercial.

El saldo comercial de Nicaragua con el mundo siguió siendo deficitario en el 2011 ubicándose en USD2,766.4 millones, superior en 18.1% al registrado en el año 2010 (USD2,343.0 millones), manteniendo la tendencia creciente histórica como resultado de los problemas estructurales que enfrenta la economía nicaragüense, específicamente en su comercio exterior, donde prevalecen bienes agropecuarios con poco valor agregado. En ese sentido, es importante lograr mayores niveles de desarrollo industrial que permita añadir más valor a la producción primaria con fines exportables, generando mayor cantidad de divisas; que junto al proceso de sustitución de importaciones ayuden reducir en el mediano y largo plazo el déficit comercial; si bien factores externos como las crisis económicas, los desequilibrios entre la oferta y demanda mundiales y la especulación influyen sobre los precios internacionales, lo cual tiende a incidir sobre los valores exportados e importados; sin mencionar el efecto volumen.

Nicaragua registró un mayor déficit comercial en el 2011 con respecto al año anterior a pesar que los valores exportados presentaron un mayor crecimiento porcentual (23.4%) que las importaciones (20.4%), lo cual tiene su explicación en la gran diferencia en términos absolutos entre ambas variables, es decir, se necesitan fuertes incrementos relativos en las exportaciones en comparación a las importaciones para poder obtener una caída en el déficit comercial; sin embargo, en estos momentos se considera que el actual saldo comercial negativo es sostenible de acuerdo al tamaño de la economía nicaragüense, además de estar ligado a la mayor actividad económica que el país ha experimentado en los últimos años, con la excepción del año 2009.

Cuadro No. 1
Nicaragua: Saldo comercial con el mundo. Millones de USD.

Conceptos	Años			Tasa de crec. %
	2009	2010	2011	
Exportaciones totales	1,393.1	1,847.8	2,280.9	23.4
Importaciones totales	3,481.1	4,190.8	5,047.3	20.4
Saldo Comercial global	**-2,088.0**	**-2,343.0**	**-2,766.4**	**18.1**
Imp. de petróleo, combustibles y lubricantes	768.5	903.0	1,100.3	21.8
Imp. totales sin petróleo, comb., y lubricantes	2,712.6	3,287.8	3,947.0	20.0
Saldo global sin petróleo y otros	**-1,319.5**	**-1,440.0**	**-1,666.1**	**15.7**

Elaborado por la DPCE en base a datos de la DGA.

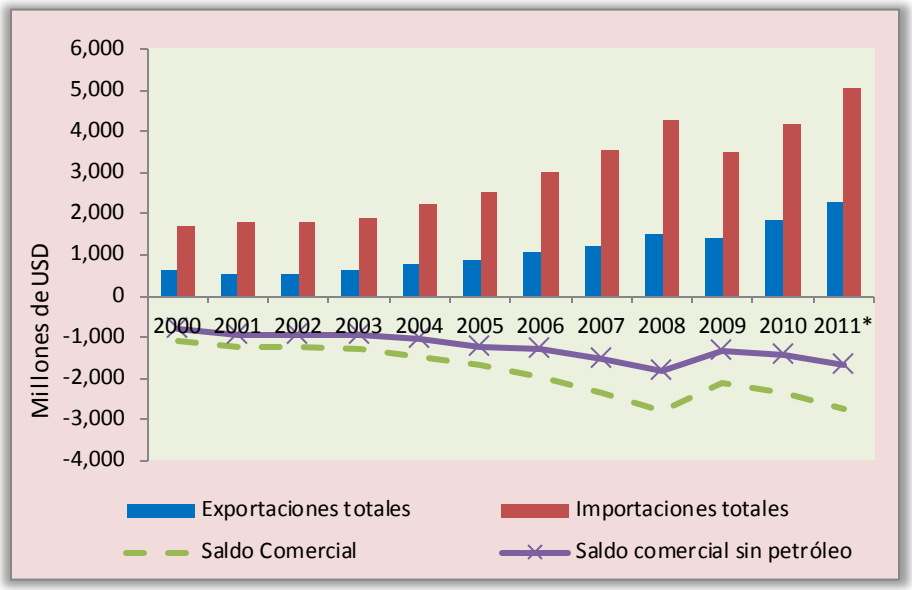
Los valores exportados aumentaron de USD1,847.8 millones en 2010 a USD2,280.9 millones en 2011, lográndose por primera vez superar la cifra de los USD2,000.0 millones, con buenas perspectivas de acercarse a los USD3,000 millones al finalizar el año 2012, aprovechando los buenos precios internacionales de los principales productos de exportación, la mayoría de origen agropecuario; mientras, los montos importados crecieron de USD4,190.8 millones a USD5,047.3 millones en el mismo período, recordando que los niveles de las importaciones dependen de los requerimientos de la economía nacional y su dinamismo, sin obviar la mayor apertura comercial como parte de los acuerdos comerciales bilaterales, regionales y multilaterales.

En otro orden, si se eliminan de las importaciones totales de Nicaragua durante el período bajo análisis las importaciones de petróleo, combustibles y lubricantes; el saldo comercial con el mundo refleja un incremento de 15.7%, menor al 18.1% observado cuando se incluyen este tipo de bienes en las compras totales del país en el mercado internacional; situación que se debió al mayor

crecimiento de las importaciones petroleras (21.8%) sobre las no petroleras (20.0%), en un ambiente de mayores precios internacionales de materias primas y alimentos, en este caso el petróleo y sus derivados; que durante 2011 reflejaron una tendencia ascendente acercándose a los USD90.0 el barril, influyendo sobre el valor total de las importaciones. La factura petrolera representó el 21.8% de los montos importados totales en 2011.

Haciendo uso de los datos estadísticos de la serie histórica 2000-2011 se observa la tendencia creciente de las exportaciones e importaciones, con la excepción del año 2009, cuando dichas variables disminuyeron como resultado de los efectos negativos en la economía de Nicaragua provocados por la crisis económica mundial entre 2008 y 2009, originando caídas en la demanda mundial de bienes nicaragüenses, afectando su capacidad exportadora y precios promedio de exportación. Así mismo, en ese año 2009, disminuyeron los requerimientos en concepto de importaciones de los sectores productivos ante el menor dinamismo económico. Entre 2000-2011 el crecimiento promedio de las exportaciones fue de 12.4%; el de las importaciones se ubicó en 10.3%; y el déficit comercial creció en 8.8%.

Gráfico No. 1
Nicaragua: Saldo comercial con el Mundo



Es importante mencionar que entre 2007 y 2011 (durante el primer Gobierno de Reconstrucción y Unidad Nacional) las exportaciones nicaragüenses mostraron un crecimiento promedio de 17.6%, lo cual es el resultado de una serie de factores como la búsqueda de nuevos mercados, la consolidación de los tradicionales, mayor cantidad de productores y exportadores involucrados en el proceso exportador nicaragüense, políticas de estímulo a la producción y exportación, clima de negocios favorable, mayor inversión pública y privada en infraestructura productiva, e incremento sostenido de los precios internacionales de los principales productos de exportación de Nicaragua en los últimos cinco años.

II. Principales productos exportados.

En los últimos años la estructura de las exportaciones de Nicaragua ha sido prácticamente la misma, conformada principalmente por bienes originarios del sector agropecuario, agroindustrial, industrial y pesca; si bien todavía se encuentra concentrada en algunos bienes que tradicionalmente han formado parte de la oferta exportable nicaragüense dirigida hacia los principales mercados de destino, con los cuales, en la mayoría de los casos, Nicaragua ha negociado y mantiene en vigencia acuerdos comerciales; como parte de la estrategia encaminada a incrementar exportaciones, así como lograr una mayor diversificación productiva y exportadora, lo cual se ha consolidado con el GRUN.

Durante el período analizado los 25 principales bienes exportados por Nicaragua fueron café oro, carne de bovino, oro, azúcar, maní, queso, camarón, langosta, aceite en bruto, leche en polvo, café instantáneo, pan, galletas, pescado, frijoles rojos, aceite comestible, ganado bovino, cueros y pieles de bovino, desechos de hierro o acero, ron, leche fluida, melaza de caña, solventes minerales, despojos de bovino, puros y madera aserrada, que en conjunto reflejaron una participación de 87.1% en el 2011 con relación al total de exportaciones en ese mismo año, en un ambiente de mayor acceso a mercados, precios internacionales con tendencia creciente y recurrencia de la crisis económica iniciada en 2008.

Cuadro No. 1
Nicaragua: Principales productos exportados
Expresados en T.M. y Millones de Dólares

Productos	2010		2011		Tasa de crec. %		Partic. % (Valor)	
	T.M.	Valor	T.M.	Valor	T.M.	Valor	2010	2011
Café oro	101,894.0	341.5	87,187.2	429.3	-14.4	25.7	18.5	18.8
Carne de bovino	84,133.4	307.7	104,528.3	427.0	24.2	38.8	16.7	18.7
Oro en bruto	10.6	222.2	11.9	364.1	11.8	63.9	12.0	16.0
Azúcar de caña	271,775.4	126.9	272,683.8	156.3	0.3	23.2	6.9	6.9
Maní sin cocer	66,468.0	61.8	73,642.8	96.1	10.8	55.5	3.3	4.2
Quesos	26,022.0	68.7	30,211.4	81.4	16.1	18.4	3.7	3.6
Camarones	11,637.4	58.8	12,509.2	62.2	7.5	5.8	3.2	2.7
Langostas	1,501.1	41.0	1,672.4	47.4	11.4	15.5	2.2	2.1
Aceite en bruto	18,004.5	18.2	30,528.5	36.5	69.6	100.4	1.0	1.6
Leche en polvo	10,449.7	43.2	8,242.1	36.2	-21.1	-16.2	2.3	1.6
Café instantáneo	3,476.2	21.2	3,104.6	24.4	-10.7	14.8	1.1	1.1
Pan, galletas	10,880.0	15.9	14,018.5	22.7	28.8	42.3	0.9	1.0
Pescado entero	5,237.1	20.8	4,990.3	20.1	-4.7	-3.3	1.1	0.9
Frijoles rojos	40,205.7	41.4	16,460.8	19.9	-59.1	-52.0	2.2	0.9
Aceite comestible	8,497.3	12.4	11,578.8	19.0	36.3	53.4	0.7	0.8
Ganado de bovino	17,448.8	21.5	13,466.5	18.6	-22.8	-13.6	1.2	0.8
Cueros y pieles de bovino	6,924.6	8.6	9,693.7	18.4	40.0	113.5	0.5	0.8
Desechos de hierro o acero	76,323.1	13.4	89,791.9	15.7	17.6	17.1	0.7	0.7
Ron	8,087.0	16.6	9,275.3	15.6	14.7	-6.2	0.9	0.7
Leche fluida	26,881.4	21.3	19,038.3	14.7	-29.2	-31.0	1.2	0.6
Melaza de caña	119,676.1	17.9	103,915.0	13.7	-13.2	-23.4	1.0	0.6
Solventes minerales	11,789.4	10.3	11,468.8	13.0	-2.7	26.2	0.6	0.6

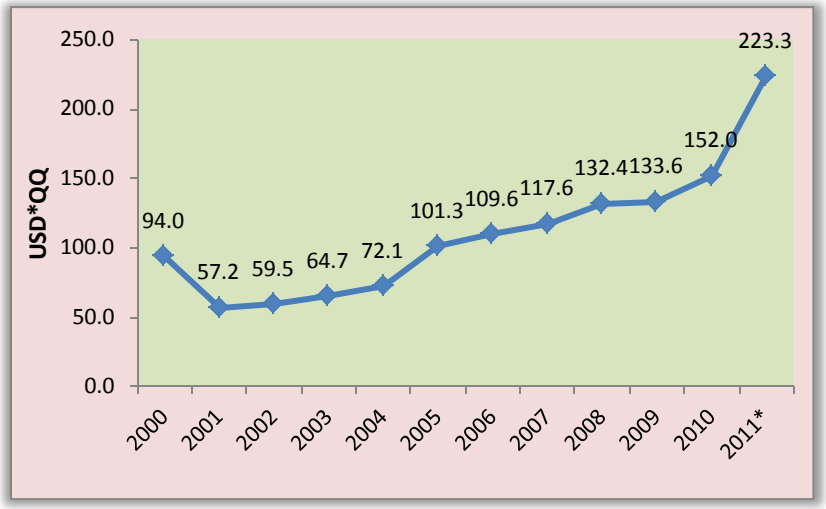
Productos	2010		2011		Tasa de crec. %		Partic. % (Valor)	
	T.M.	Valor	T.M.	Valor	T.M.	Valor	2010	2011
Despojos de bovino	4,498.8	7.7	5,917.0	12.8	31.5	66.3	0.4	0.6
Puros y puritos de tabaco	720.1	11.6	713.5	11.5	-0.9	-1.2	0.6	0.5
Madera aserrada	14,791.9	6.2	25,689.1	10.5	73.7	70.1	0.3	0.5
Subtotal exportaciones	**947,333.7**	**1,536.9**	**960,339.6**	**1,987.1**	**1.4**	**29.3**	**83.2**	**87.1**
Otras exportaciones	**497,538.5**	**310.9**	**498,557.3**	**293.8**	**0.2**	**-5.5**	**16.8**	**12.9**
Total exportaciones	**1444,872.2**	**1,847.8**	**1458,896.9**	**2,280.9**	**1.0**	**23.4**	**100.0**	**100.0**

Elaborado por la DPCE en base a datos de la DGA.

Sin embargo, solamente los valores exportados de **café, carne bovina, oro y azúcar** representaron el 60.4% de las exportaciones totales hacia el mundo durante 2011, lo cual indica, que si bien se han venido incorporando más productos a la oferta exportable nicaragüenses en la medida en que mayor cantidad de productores se integran al proceso exportador aprovechando los mercados abiertos, todavía muchos de esos nuevos bienes mantienen participaciones muy bajas; recordando que se necesita mayor inversión y producción, fundamentalmente en aquellos sectores con gran potencial exportador, para lograr en el mediano y largo plazo no solamente una mayor diversificación en las exportaciones, sino incrementar los volúmenes exportados, que con precios estables, permitan generar mayor cantidad de divisas.

Los valores exportados de **café** en el 2011 se ubicaron en USD429.3 millones, significando un incremento de 25.7% con relación al año 2010 cuando se exportaron USD341.5 millones, mejorando levemente su participación de 18.5% a 18.8%, reafirmándose como el principal producto de exportación de Nicaragua. Sin embargo, los volúmenes exportados experimentaron una caída de 14.4%, lo que se explica por la bienalidad del café que alterna cosechas altas y bajas, ya que las plantaciones requieren de cierto tiempo para recuperarse y producir a un nivel superior, correspondiendo en el 2011 la parte baja del ciclo, de tal forma que se estima que para el 2012 las cantidades físicas exportadas aumenten.

Gráfico No. 2
Nicaragua: Precios promedio de exportación del café oro

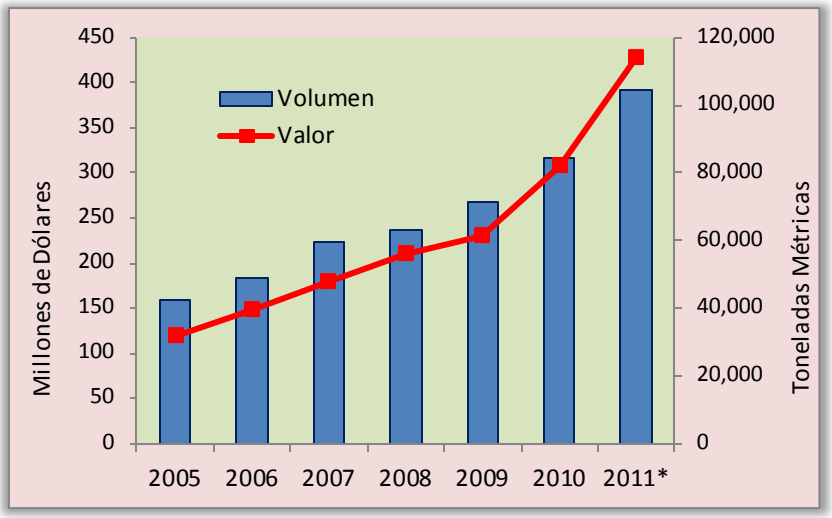


De acuerdo a estimaciones de la Organización Internacional del Café a comienzos del año 2011 la cosecha mundial 2010-2011 sería de 134.8 millones de sacos, es decir, un crecimiento del 9.5% con respecto a la cosecha anterior. No obstante, factores como el mayor dinamismo del consumo mundial, los problemas dimáticos en los países exportadores que afectaron sus producciones y el bajo nivel de las existencias mundiales, sumado a acciones de carácter especulativo; han provocado un desequilibrio entre la oferta y demanda mundiales, lo que ha incidió en los mayores precios internacionales del rubro en los años 2010 y 2011, mejorando los ingresos de productores y exportadores nicaragüenses.

Las exportaciones de **carne bovina** registraron en el período analizado un incremento tanto en volumen como en valor, dinamismo que ha permitido un mayor desarrollo del sector cárnico en los últimos años. En efecto, los volúmenes exportados crecieron de 84,133.4 T.M. a 104,528.3 T.M., significando un incremento de 24.2%, cumpliéndose los pronósticos por parte de los exportadores de sobrepasar en el 2011 las 100,000 T.M. exportadas. Los mayores volúmenes vendidos sumado a los mejores precios de exportación, propiciaron que los montos exportados aumentaran en 38.8% en el mismo período, mejorando su participación de 16.7% a 18.7% con relación a las exportaciones totales.

Una combinación de factores ha permitido el crecimiento de las exportaciones de carne, así como sus precios de exportación: la calidad y mayor demanda del producto, recordando que más del 90.0% del ganado en Nicaragua se alimenta de pastos naturales; la fuerte demanda en EEUU, donde se incluye Puerto Rico; los altos costos en la alimentación del ganado norteamericano, que se traduce en precios más altos; la estabilidad de las exportaciones del rubro hacia El Salvador, tercer mercado en importancia; el aumento de las exportaciones hacia Taiwán con precios favorables, en el marco del acuerdo comercial entre ese país y Nicaragua; la decisión de grandes productores de carne bovina en EEUU en dedicar tierras usadas hasta ahora para la ganadería en sembríos de granos; el incremento significativo de las exportaciones hacia Rusia; y la voluntad política de Venezuela en abrir su mercado pagando buenos precios, en el marco del ALBA.

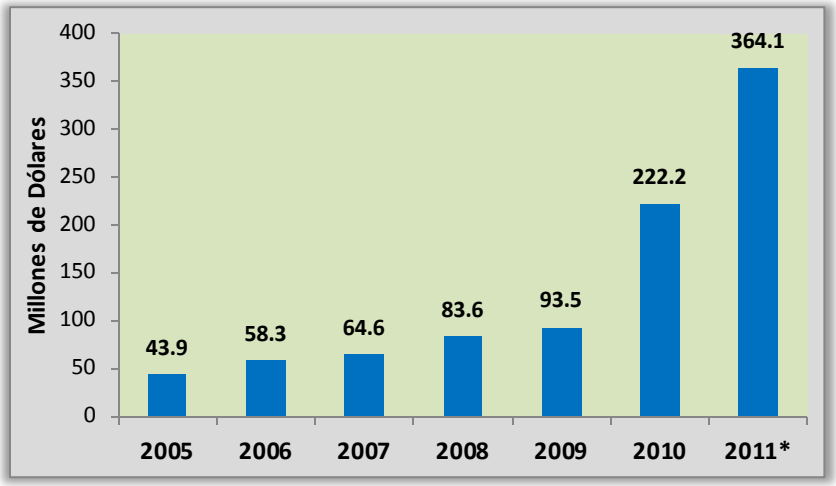
Gráfico No. 3
Nicaragua: Exportaciones de carne bovina



Por su parte, las exportaciones de **oro** continuaron con su tendencia ascendente durante el período bajo análisis, aprovechando la mayor demanda mundial y los mejores precios internacionales, incentivando la inversión y producción nacionales. Los valores exportados de oro aumentaron de USD222.2 millones en 2010 a USD364.1 millones al finalizar el año 2011, es decir, 63.9%, lo cual permitió que su participación creciera de 12.0% a 16.0% en el mismo período, ubicándose como el tercer producto en importancia dentro de la oferta exportable de Nicaragua, solamente superado por el café y la carne bovina.

Los exportadores de Nicaragua prevén un incremento en el 2012 de 15.0% en la producción de oro, proyectándose un valor exportado arriba de los USD400.0 millones, incidiendo en el dinamismo del PIB nacional. El precio del metal precioso se ha incrementado en los últimos años debido a la mayor demanda mundial de los inversionistas, los Bancos Centrales y especuladores, con una oferta relativamente rígida. Las compras de oro son utilizadas como medida de protección frente a las crisis económicas, financieras y tipo de cambio que todavía sufren las economías desarrolladas; llegando a ubicarse el precio del oro por encima de los USD1,700, con perspectivas de seguir subiendo mientras la incertidumbre económica-financiera persista. La bonanza de los precios internacionales del oro ha impulsado la Inversión Extranjera Directa en el sector.

Gráfico No. 4
Nicaragua: Valor de las exportaciones de oro



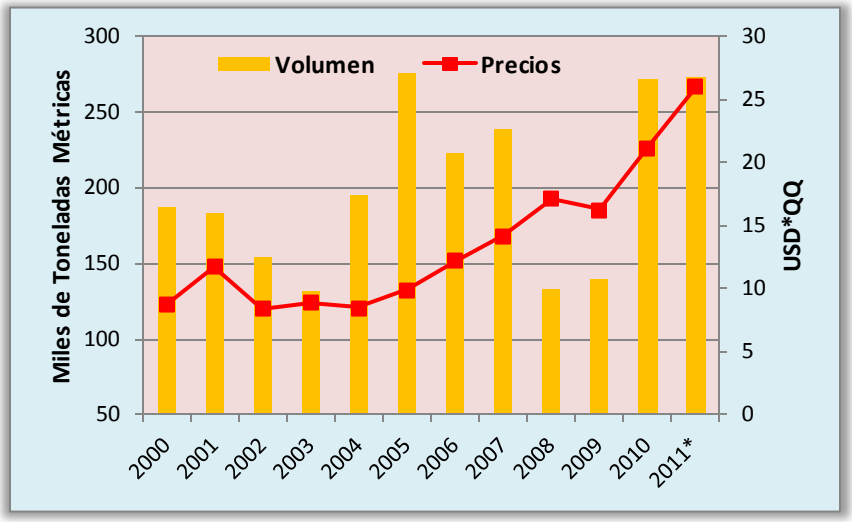
En el caso de las exportaciones de **azúcar de caña**, obtuvieron un incremento significativo sus valores exportados en 23.2%, aumentando de USD126.9 millones a USD156.3 millones en el período analizado, reflejando en ambos años la misma participación del 6.9%. No obstante, los volúmenes exportados solamente registraron un crecimiento de 0.3%, lo cual estuvo asociado a la menor producción de la zafra azucarera 2010-2011 debido a los problemas climáticos y bajos rendimientos, en un ambiente de precios internacionales relativamente altos en la mayor parte del año 2011, compensando la pérdida experimentada en la producción.

Sin embargo, la producción azucarera ha mostrado un fuerte dinamismo año con año por diversos factores, siendo el más relevante la diversificación y el crecimiento de los mercados externos, como resultado de los acuerdos comerciales que Nicaragua ha negociado y suscrito con varios países como México, Estados Unidos, Taiwán, Venezuela, Unión Europea y otros que están en marcha. Hay que recordar que durante 2008 y 2009 las exportaciones de azúcar decayeron debido

a la crisis económica mundial que afectó esos años, y a la mayor producción de etanol como biocombustible aprovechando la mayor demanda en el mercado internacional ante el incremento de los precios del petróleo y sus derivados; exportándose principalmente hacia Europa.

La subida de los precios internacionales del azúcar durante 2011 se debió a la mayor demanda mundial del rubro, problemas climáticos, deterioro de la producción de los principales países exportadores y caída de las reservas de los países consumidores, situación que no ocurría desde hace varios años. Grandes productores de azúcar como la India, Brasil, Tailandia, Australia y Colombia, experimentaron serios problemas de producción, provocando que la relación inventario versus consumo se haya reducido drásticamente, afectando a los países consumidores.

Gráfico No. 5
Volumen y precio FOB promedio de exportación del azúcar de caña



Las exportaciones de **maní** igualmente crecieron en volumen y valor durante el período analizado, con precios en el año 2011 superiores a los registrados en el 2010, siguiendo la misma tendencia creciente de los otros bienes alimenticios y materias primas exportados por Nicaragua. Los volúmenes exportados aumentaron de 66,468.0 T.M. en el 2010 a 73,642.8 T.M. en 2011, significando un incremento de 10.8%, que sumado a los mejores precios de exportación (40.3%), propició que los valores exportados reflejaran un crecimiento de 55.5% en el mismo período; lo cual permitió que su participación con relación al total de exportaciones mejorara, si bien todavía es baja (3.3% en 2010 contra 4.2% en 2011).

Cuadro No. 6
Nicaragua: Exportaciones de Maní.

Años	T.M.	Millones USD	Precio (USD/T.M.)
2000	46,532.1	29.0	624.18
2001	42,415.9	30.5	718.05
2002	41,661.3	24.2	579.77
2003	41,322.4	28.4	687.32
2004	56,232.3	39.7	706.45
2005	65,004.4	43.6	671.14
2006	67,309.1	43.0	639.26

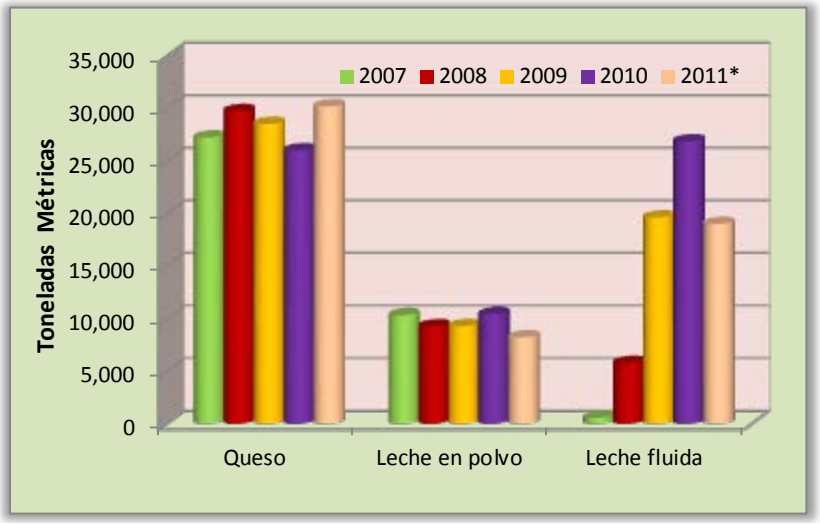
Años	T.M.	Millones USD	Precio (USD/T.M.)
2007	71,663.0	56.0	781.87
2008	78,462.6	90.2	1,150.12
2009	74,789.6	65.9	881.53
2010	66,591.8	62.1	933.16
2011	73,820.7	96.5	1,307.88

Elaborado por la DPCE en base a datos de la DGA.

El mercado mundial del maní es reducido, concentrado en cinco países (China, India, EEUU, Argentina y Nigeria), los cuales producen el 79.0% de la producción mundial. El 80.0% del comercio mundial del maní es descascarado, cuyos precios internacionales dependen de la producción de los grandes países productores y exportadores, la variedad y el tamaño del grano; con una oferta mundial inestable por problemas climáticos, principalmente en aquellos países que tienen grandes producciones. Desde esa perspectiva, los precios internacionales tienden a variar en el tiempo. Además, durante las crisis económicas, la demanda mundial tiende a reducirse, afectando los precios, ya que el maní no es propiamente un alimento indispensable, si bien puede utilizarse como materia prima.

Entre los productos lácteos sobresalen las exportaciones **de queso, leche en polvo y leche fluida**, registrando los dos últimos caídas en sus volúmenes y valores exportados en 2011 con relación al año 2010. Los volúmenes exportados de **leche en polvo** sufrieron una disminución de 21.1%, lo cual incidió en que los valores de exportación sufrieran una reducción de 16.2%, ya que el precio promedio de exportación reflejó un comportamiento ascendente en la mayor parte del 2011 dada la presión sobre la oferta en los mercados mundiales; si bien a finales de ese año, los precios internacionales experimentaron cierta reducción. La incertidumbre de la crisis económica en la Unión Europea y EEUU es un factor que puede incidir sobre los precios. La T.M. de leche en polvo llegó a cotizarse entre los USD3,000 y USD4,000 la T.M. en 2011.

Gráfico No. 6
Volumen de exportaciones de productos lácteos seleccionados



Por su lado, las exportaciones de **leche fluida** durante 2011 experimentaron una caída de 29.2% y 31.0% en sus volúmenes y valores exportados, respectivamente, con relación al año 2010,

observándose que el precio promedio de exportación entre ambos años presento una disminución, pasando de USD791.9 T.M. en 2010 a USD771.4 T.M. al finalizar 2011, es decir, una reducción porcentual de 2.6%; siendo el mercado venezolano el principal destino a partir del año 2008 en el marco de las facilidades comerciales establecidas en el ALBA con precios preferenciales, aunque en el 2011 registraron una reducción con respecto al 2010.

El dinamismo de las exportaciones de **queso** siguió siendo un elemento fundamental dentro del comercio exterior de los productos lácteos, ubicándose dentro de los diez principales bienes exportados por Nicaragua en los últimos años, logrando superar a otros rubros que son considerados como tradicionales de exportación; si bien todavía registra niveles de participación bajos (3.6% en el 2011). Sin embargo, el queso es considerado un producto con gran potencial exportador, presentando una muy buena demanda en Centroamérica (su principal destino) con precios atractivos para los productores y exportadores; además, existe una cuota para exportar hacia el mercado de EEUU de acuerdo a lo establecido en el CAFTA-DR, la cual es sobrepasada con suma facilidad, dada la demanda que tiene el producto en el mercado norteamericano, que permite mantener precios competitivos.

Los volúmenes exportados de **queso** aumentaron de 26,022.0 T.M. en 2010 a 30,211.4 T.M. al finalizar el año 2011, para un incremento relativo de 16.1%, presentando precios promedio de exportación con cierta tendencia creciente. La combinación de mayores volúmenes vendidos y mejores precios permitió que los valores exportados aumentaran en 18.4%. Su participación con relación al total exportado se puede considerar todavía baja al observarse que en el 2011 fue de 3.6%, si bien en términos absolutos (USD81.4 millones en 2011) la contribución de las exportaciones de queso al sector exportador no son nada despreciables; actividad que en su gran mayoría está en manos de pequeños y medianos productores, los cuales realizan, con la ayuda del GRUN, grandes esfuerzos para mejorar los procesos productivos a fin de incrementar la producción y la calidad de la misma.

Las exportaciones del sector de la **pesca**, principalmente la **langosta, el camarón y el pescado**; mostraron un mayor dinamismo en el los años 2010 y 2011, luego que en el 2009 sufrieran una fuerte contracción debido a la crisis económica internacional que redujo la demanda de esos bienes en los mercados tradicionales, esencialmente en EEUU, así como sus precios internacionales; provocando serios problemas a la producción nacional, lo cual obligó a la búsqueda de mercados alternativos, estrategia comercial encaminada a evitar que los productos de exportación nicaragüenses puedan verse afectados ante las crisis económicas de los destinos tradicionales.

Los volúmenes y valores exportados de **langosta** y **camarón** durante el 2011 experimentaron incrementos con relación al año 2010, con mejores precios de exportación para el caso del primero, no así el camarón, cuyo precio reflejó una leve caída. Las cantidades físicas exportadas de camarón aumentaron de 11,637.4 T.M. en 2010 a 12,509.2 T.M. en 2011, para un crecimiento de 7.5%, mientras, los valores exportados se incrementaron en 5.8%. Así mismo, los volúmenes exportados de langosta aumentaron en 11.4% y los valores en 15.5%. Lo contario ocurrió con las exportaciones de pescado, ya que los volúmenes decayeron en 4.7%, situación que propició que los valores decrecieran en 3.3%, ya que los precios de exportación mejoraron.

Es importante mencionar la caída sustantiva de las exportaciones de **frijol rojo**, las cuales disminuyeron en volumen (59.1%) y valor (52.0%) en el 2011 con relación al 2010, lo cual es

explicado fundamentalmente por las pérdidas de cosechas causadas por los desastres naturales (lluvias abundantes) que afectaron una buena parte del ciclo agrícola 2010-2011; si bien, como consecuencia de lo anterior, los precios promedios de exportación se incrementaron en todos los mercados de destino, siendo Centroamérica el principal, igualmente afectado por las inundaciones. En otras palabras, a mayor demanda de frijol, con una oferta limitada, específicamente en la región centroamericana, mayores precios.

Además de los productos arriba mencionados, en la lista de los principales bienes exportados durante 2010-2011 aparecen otros que registraron el siguiente comportamiento: el aceite en bruto; productos de panadería, pastelería o galletería; aceite comestible, cueros y pieles de bovino, desechos de hierro o acero, despojos de bovino y madera aserrada; obtuvieron incrementos en sus volúmenes y valores exportados. Sin embargo, rubros como ganado bovino, melaza de caña y puros, reflejaron disminuciones en sus exportaciones, tanto en cantidades físicas como en valor. La reducción de las exportaciones de ganado en pie coincide con los mejores precios pagados por los mataderos ante el mayor dinamismo registrado por las exportaciones de carne bovina.

III. Principales destinos de bienes seleccionados.

Café.

Las exportaciones de café históricamente se han dirigido principalmente hacia los mercados de EEUU y la Unión Europea (74.2% en 2011), bajo la modalidad de libre comercio (cero arancel), incluso desde antes de la entrada en vigencia del CAFTA-DR en el caso del mercado estadounidense, y en el marco del SGP con relación a las ventas del rubro en la eurozona; de tal forma que los acuerdos comerciales que Nicaragua ha negociado y firmado con esas regiones lo que han hecho es reafirmar el acceso libre del café en dichos mercados, sin obviar el potencial que presentan otros destinos que en los últimos años han ganado espacio, como parte del proceso de diversificación de mercados.

Tanto las exportaciones de café hacia los EEUU como a la Unión Europea registraron decrecimientos en sus volúmenes exportados, no así en los valores de exportación, lo cual está relacionado al fenómeno bianual de la producción cafetalera y al incremento de los precios internacionales del grano. En otras palabras, los mejores precios a nivel internacional del café compensaron la caída de las cantidades físicas exportadas debido a la bienalidad del producto que alterna cosechas altas y bajas, ya que las plantaciones requieren de cierto tiempo para recuperarse y producir a un nivel superior, correspondiendo en el 2011 la parte baja del ciclo. Se espera que los precios se mantengan en el 2012 en niveles todavía altos, a pesar que a finales del 2011 experimentaron alguna desaceleración.

Los volúmenes vendidos en EEUU se redujeron en 21.0%, sin embargo, los valores crecieron en 17.5%; mientras, hacia la Unión Europea, los volúmenes decayeron en 19.3%, con un crecimiento en los montos exportados de 23.3%; si bien ambos destinos presentaron leves reducciones en su participación con relación al total de exportaciones de café oro por parte de Nicaragua durante el período analizado; reflejando precios promedio de exportación en 2011 superiores a los

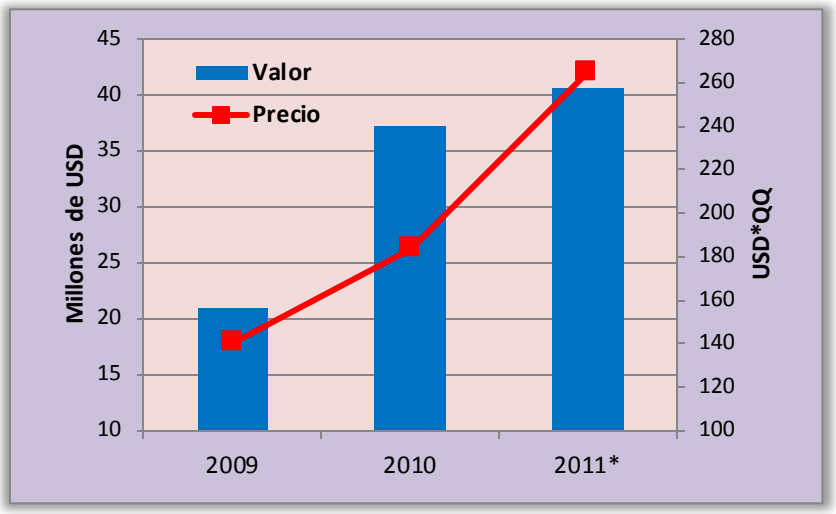
observados en el 2010, a pesar de la crisis que enfrentan las economías de ambas regiones, que podría desacelerar o estancar los precios internacionales del rubro.

Cuadro No. 7
Nicaragua: Principales destinos de las exportaciones de café oro.
Expresadas en T.M. y Millones de USD.

Países	2010		2011		Tasas de crec. %		Part. % (Valor)	
	T.M.	Valor	T.M.	Valor	T.M.	Valor	2010	2011
EEUU	45,787.8	150.6	36,157.1	177.0	-21.0	17.5	44.1	41.2
Unión Europea	35,460.6	115.0	28,606.3	141.8	-19.3	23.3	33.7	33.0
Venezuela	9,222.2	37.3	6,965.4	40.6	-24.5	9.1	10.9	9.5
Canadá	4,600.8	15.5	4,470.3	21.4	-2.8	38.3	4.5	5.0
Japón	3,011.6	9.7	3,596.0	17.1	19.4	76.5	2.8	4.0
Costa Rica	307.4	0.6	3,077.5	8.7	901.2	1,350.0	0.2	2.0
Noruega	263.9	0.8	1,562.9	8.3	492.2	900.6	0.2	1.9
Australia	1,056.0	4.3	779.0	3.7	-26.2	-13.4	1.3	0.9
Emiratos Árabes Unidos	583.4	2.4	453.9	3.2	-22.2	33.9	0.7	0.7
Rusia	210.4	0.7	575.7	2.9	173.6	300.5	0.2	0.7
Subtotal	**100,504.1**	**336.8**	**86,244.2**	**424.7**	**-14.2**	**26.1**	**98.6**	**98.9**
Otros países	**1,389.9**	**4.7**	**943.0**	**4.6**	**-32.2**	**-1.5**	**1.4**	**1.1**
Total café oro	**101,894.0**	**341.5**	**87,187.2**	**429.3**	**-14.4**	**25.7**	**100.0**	**100.0**

Elaborado por la DPCE en base a datos de la DGA.

Gráfico No. 7
Valor y precio de exportación FOB de café oro hacia Venezuela



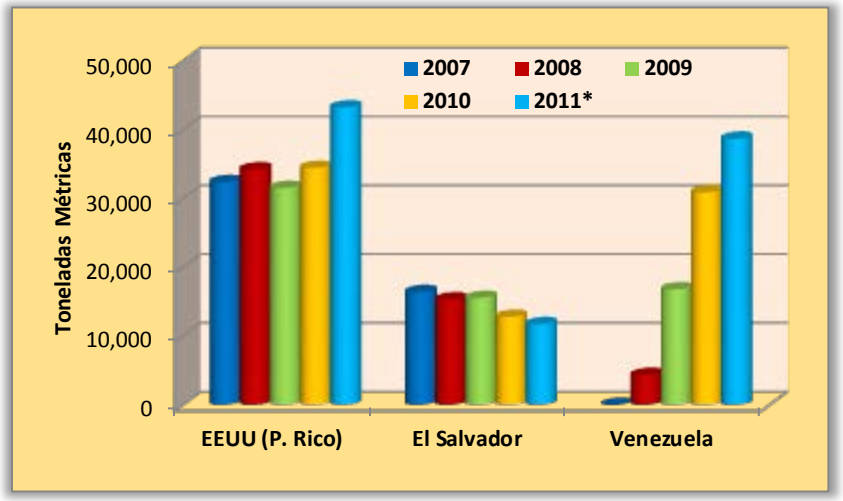
Es importante mencionar el auge de las exportaciones de café oro hacia Venezuela desde el 2009 gracias a los acuerdos comerciales en el marco del ALBA, registrándose ventas en ese año de 6,774.5 T.M. con un valor de USD21.0 millones, creciendo hasta las 9,222.2 T.M. y USD37.3 millones en 2010; para luego disminuir a 6,965.4 T.M. en 2011, si bien los valores aumentaron a USD40.6 millones, debido a los buenos precios, incluso por encima de los ofrecidos en los mercados tradicionales (EEUU y U.E.). Sin embargo, la participación del mercado venezolano desmejoró de 10.9% en 2010 a 9.5% al finalizar 2011 dado los mayores porcentajes que

presentaron otros mercados como Japón, Canadá, Costa Rica, Noruega y Rusia, aunque mantienen todavía participaciones muy bajas, debajo del 5.0%.

Carne de bovino.

De las 104,528.3 T.M. de carne bovina exportadas durante 2011, el 90.0% (93,721.9 T.M.) se envió a los mercados de Venezuela, EEUU (incluyendo P. Rico) y El Salvador, los dos últimos considerados destinos tradicionales para las exportaciones de este tipo de rubro que en estos momentos se realizan en el marco del CAFTA-DR y Mercado Común Centroamericano, respectivamente. Cabe resaltar el incremento sostenido de las ventas de carne bovina en el mercado venezolano aprovechando las oportunidades comerciales que abrió la incorporación de Nicaragua en el ALBA desde comienzos del año 2007, permitiendo que los productores y exportadores del sector pecuario pudieran contar con un nuevo mercado alternativo que además ofrece precios preferenciales.

Gráfico No. 8
Volumen de exportaciones de carne bovina hacia los principales destinos



El principal mercado en términos de valor durante el período analizado fue el de Venezuela, aumentando de USD134.7 millones en 2010 a USD167.7 millones al finalizar 2011, es decir, un incremento relativo de 24.5%, ligeramente inferior al crecimiento registrado por los volúmenes exportados que fue de 25.2%; presentando precios estables, superiores o compitiendo con los pactados en otros destinos. En cambio, el mercado de EEUU recibió la mayor cantidad de volúmenes exportados ubicándose en 43,261.8 T.M. en el 2011, superando en 25.6% las 34,455.4 T.M. exportadas en 2010, que permitió que los montos obtuvieran un crecimiento sustantivo de 55.9%, mejorando su participación de 34.5% a 38.8% con relación al total exportado de carne bovina por Nicaragua entre 2010 y 2011.

El tercer mercado en importancia fue el salvadoreño, que es el principal destino de las exportaciones de carne bovina nicaragüense en Centroamérica, recordando que los demás países de la región, incluyendo Panamá, han implementado trabas no arancelarias para evitar la entrada del producto. Los valores exportados aumentaron de USD44.6 millones en 2010 a USD48.0 millones en 2011, significando un incremento de 7.5%, determinado por los mejores precios FOB de exportación, ya que los volúmenes exportados disminuyeron en 8.3%; sin embargo, la

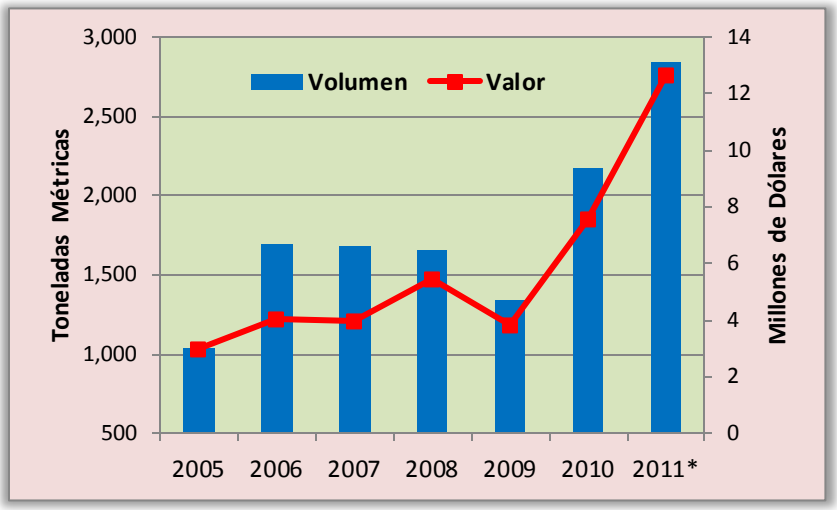
participación de El Salvador desmejoró de 14.5% a 11.2% como consecuencia de un mejor posicionamiento de los otros principales destinos, que con la excepción de EEUU, todavía reflejan participaciones muy bajas (máximo 3.0% en 2011), si bien presentan un gran potencial.

Cuadro No. 8
Principales destinos de las exportaciones de carne de bovino
Expresadas en T.M. y Millones de USD.

Países	2010		2011		Tasas de crec. %		Part. % (Valor)	
	T.M.	Valor	T.M.	Valor	T.M.	Valor	2010	2011
Venezuela	30,938.5	134.7	38,719.8	167.7	25.2	24.5	43.8	39.3
EEUU (Incluye P. Rico)	34,455.4	106.2	43,261.8	165.6	25.6	55.9	34.5	38.8
El Salvador	12,807.6	44.6	11,740.3	48.0	-8.3	7.5	14.5	11.2
Taiwán	2,175.7	7.6	2,840.5	12.6	30.6	67.1	2.5	3.0
Rusia	665.4	2.4	2,852.9	11.3	328.8	365.9	0.8	2.7
Costa Rica	1,534.7	6.1	1,902.3	9.8	23.9	59.7	2.0	2.3
México	18.9	0.03	2,482.2	9.5	13,025.6	30,405.4	0.0	2.2
Panamá	188.5	0.7	434.8	1.2	130.7	82.9	0.2	0.3
Japón	8.9	0.1	152.7	0.7	1,610.9	1,103.8	0.0	0.2
Subtotal	**82,793.7**	**302.4**	**104,387.3**	**426.4**	**26.1**	**41.0**	**98.3**	**99.9**
Otros países	**1,339.6**	**5.2**	**141.0**	**0.6**	**-89.5**	**-87.9**	**1.7**	**0.1**
Total carne de bovino	**84,133.4**	**307.7**	**104,528.3**	**427.0**	**24.2**	**38.8**	**100.0**	**100.0**

Elaborado por la DPCE en base a datos de la DGA.

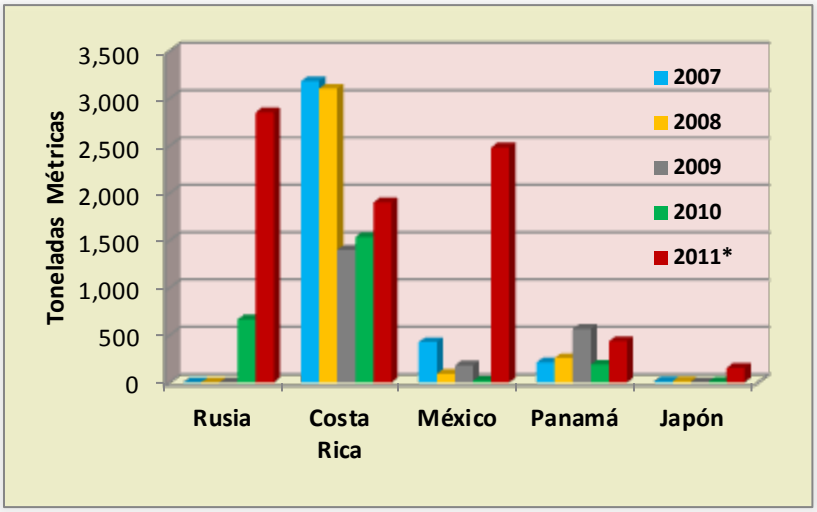
Gráfico No. 9
Nicaragua: Exportaciones de carne bovina hacia Taiwán



Es importante resaltar el incremento de las exportaciones de carne bovina hacia Taiwán desde la puesta en vigencia del acuerdo comercial entre Nicaragua y ese país asiático el primero de enero del 2008. Los volúmenes exportados al finalizar el año 2011 se ubicaron en 2,840.5 T.M., superando en 30.6% las 2,175.7 T.M. vendidas en el 2010, que combinado con los mejores precios FOB de exportación, propició que los montos exportados aumentaran en 67.1%, mejorando su participación como mercado de destino para este tipo de bienes de 2.5% a 3.0%. De acuerdo a lo

establecido en el TLC entre ambos países, la carne bovina originaria de Nicaragua tiene acceso inmediato (0.0%) al mercado de Taiwán desde el año 2008.

Gráfico No. 10
Volumen exportado de carne bovina hacia países seleccionados



Otros mercados de destino fueron Rusia, Costa Rica, México, Panamá y Japón. En el caso de México, después de aproximadamente año y medio de no exportarse carne bovina hacia ese mercado debido a las trabas no arancelarias impuestas por las autoridades mexicanas, las exportaciones se reanudaron a mediados del 2011; libres de arancel desde el 1 de julio de 2007 como parte de lo establecido en el acuerdo comercial vigente desde el año 1998. Los volúmenes exportados crecieron de 18.9 T.M. en 2010 a 2,482.2 T.M. en 2011, es decir, un incremento sustancial de 13,025.6%; mientras, los valores pasaron de USD0.03 millones a USD9.5 millones en el mismo período (30,405.4%).

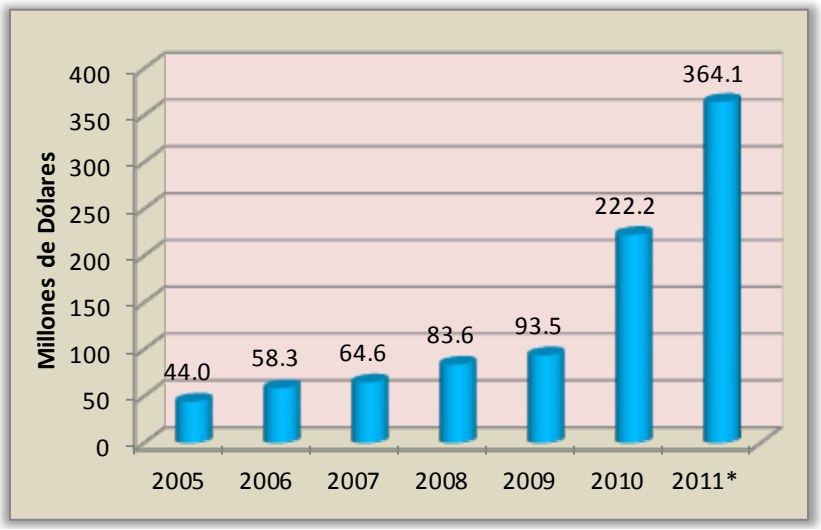
Con Panamá existe un acuerdo comercial desde enero del 2009 con una cuota libre de arancel de 1,700 T.M., sin embargo, el mecanismo de asignación de la misma (subasta) se ha convertido en una traba no arancelaria para poder colocar mayores cantidades de carne bovina en el mercado panameño; lográndose exportar en el año 2011 solamente 434.8 T.M., si bien fueron superiores a las 188.5 T.M. registradas en el 2010. Por su parte, Rusia y Japón son mercados potencialmente atractivos con buenas perspectivas comerciales que permitan una mayor diversificación de destinos para la carne bovina nicaragüense, aprovechando la demanda y los buenos precios.

Oro

Históricamente las exportaciones de oro nicaragüense se han dirigido principalmente hacia los EEUU y Canadá, con muy pocas ubicaciones en otros mercados como El Salvador, Panamá, Perú, India y México. Entre 2010 y 2011 el mercado canadiense reflejó una participación mayor al 60.0%, presentando un incremento en los valores importados de oro originario de Nicaragua en 69.5%, pasando de USD136.6 millones a USD231.6 millones en el mismo período; siguiéndole el mercado de EEUU con USD132.3 millones en 2011, superando los USD85.6 millones registrados en el 2010, mostrando una participación mayor al 35.0%. Ambos destinos concentraron el 99.9% de las exportaciones totales de oro hacia el mundo.

Los mejores precios internacionales del oro de los últimos años, principalmente a partir del año 2008 como consecuencia de la crisis económica mundial que afectó las economías más desarrolladas del mundo, seguirán impulsando el comercio internacional de la piedra preciosa; problemas económicos que todavía subsisten, con grandes posibilidades de profundizarse en el año 2012, lo cual mantendrá a nivel internacional una fuerte demanda sobre el oro, rubro que sirve como medio de defensa ante las crisis económicas, no solamente para las inversiones de carácter especulativo, sino que también los Bancos Centrales prefieren mantener una buena parte de sus reservas internacionales en oro en vez de invertirlas en otros activos financieros.

Gráfico No. 11
Valor de las exportaciones de oro



En ese sentido, las exportaciones de oro por parte de Nicaragua seguirán creciendo durante el año 2012, dinamismo que ha obligado a los inversionistas extranjeros a incrementar los niveles de inversión en el sector, lo cual ha permitido aumentar la producción para poder hacerle frente a la demanda creciente internacional del rubro, aprovechando los excelentes precios. El oro en estos momentos se ha convertido en el tercer generador de divisas del país, solamente superado por el café y la carne bovina. A estas alturas, el oro representa mayor garantía en cuanto a valor como instrumento de defensa financiera ante la caída del dólar y otras monedas, afectadas por los desequilibrios económicos y financieros de las principales economías del mundo.

Azúcar

Las exportaciones de azúcar presentan la mayor diversificación de mercados de destino entre los principales bienes exportados por Nicaragua, a pesar que es uno de los rubros más protegidos a nivel mundial dado que es considerado un alimento estratégico, por tal razón la mayoría de países protegen su industria azucarera de la competencia de otros países. En la actualidad la Unión Europea es el principal exportador. En los últimos años el mercado del azúcar ha sufrido grandes cambios, los países industrializados han disminuido el consumo de azúcar producido en el Sur e incluso se han convertido en exportadores. El mercado mundial es muy competitivo y las políticas proteccionistas, los problemas climáticos y variación de inventarios mantienen los precios del azúcar inestables, hacia el alza en los últimos tres años.

Es llamativo el incremento significativo de las exportaciones de azúcar hacia Venezuela a partir del año 2007, aunque no han ocurrido de manera regular. Mientras en ese año se exportaron 24,264 T.M. con un valor de USD5.1 millones, para 2008 y 2009 no se registraron ventas de azúcar en el mercado venezolano. Sin embargo, para 2010 y 2011 los volúmenes exportados aumentaron a 36,500 T.M. y 58,200 T.M., respectivamente. En el 2011, las cantidades físicas exportadas crecieron en 59.5% con relación al año anterior; obteniendo mejores resultados los valores exportados al mostrar un incremento de 132.1%. Los precios promedio FOB de exportación pagados en Venezuela son superiores a los que se reciben en otros mercados de destino, llegando a ubicarse en USD0.74/kilo en el 2011, superior en 45.6% al reflejado en 2010 (USD0.51/kilo).

Cuadro No. 9
Principales destinos de las exportaciones de azúcar.
Expresadas en T.M. y Millones de USD.

Países	2010		2011		Tasas de crec. %		Part. % (Valor)	
	T.M.	Valor	T.M.	Valor	T.M.	Valor	2010	2011
Venezuela	36,500.0	18.6	58,200.0	43.2	59.5	132.1	14.7	27.6
EEUU (Incluye P. Rico)	88,663.8	41.2	65,863.9	41.8	-25.7	1.5	32.5	26.8
Corea del Sur	0.0	0.0	42,000.0	20.9	-	-	0.0	13.4
México	24,314.3	11.6	26,526.8	15.9	9.1	37.1	9.2	10.2
Canadá	0.0	0.0	29,125.0	11.0	-	-	0.0	7.0
Haití	24,864.4	9.7	9,718.2	5.0	-60.9	-48.3	7.6	3.2
Chile	2,802.7	1.3	11,049.0	5.0	294.2	288.9	1.0	3.2
Ecuador	5,776.1	2.9	8,291.2	3.4	43.5	17.2	2.3	2.2
Nigeria	0.0	0.0	7,521.0	3.3	-	-	0.0	2.1
Costa de Marfil	0.0	0.0	5,014.0	2.4	-	-	0.0	1.6
Surinam	1,775.0	0.7	0.0	0.0	-100.0	-100.0	0.5	0.0
Trinidad y Tobago	3,100.0	1.1	0.0	0.0	-100.0	-100.0	0.9	0.0
Rusia	26,250.0	13.8	0.0	0.0	-100.0	-100.0	10.9	0.0
Perú	3,120.0	1.6	0.0	0.0	-100.0	-100.0	1.2	0.0
India	41,433.2	18.5	0.0	0.0	-100.0	-100.0	14.6	0.0
Jamaica	1,875.0	0.7	4,011.6	1.8	114.0	158.3	0.6	1.2
Taiwán	6,103.2	3.2	2,445.9	1.2	-59.9	-64.2	2.6	0.7
Subtotal	**266,577.6**	**125.0**	**269,766.6**	**155.0**	**1.2**	**24.1**	**98.5**	**99.2**
Otros países	**5,197.8**	**1.9**	**2,917.2**	**1.3**	**-43.9**	**-32.2**	**1.5**	**0.8**
Total azúcar de caña	**271,775.4**	**126.9**	**272,683.8**	**156.3**	**0.3**	**23.2**	**100.0**	**100.0**

Elaborado por la DPCE en base a datos de la DGA.

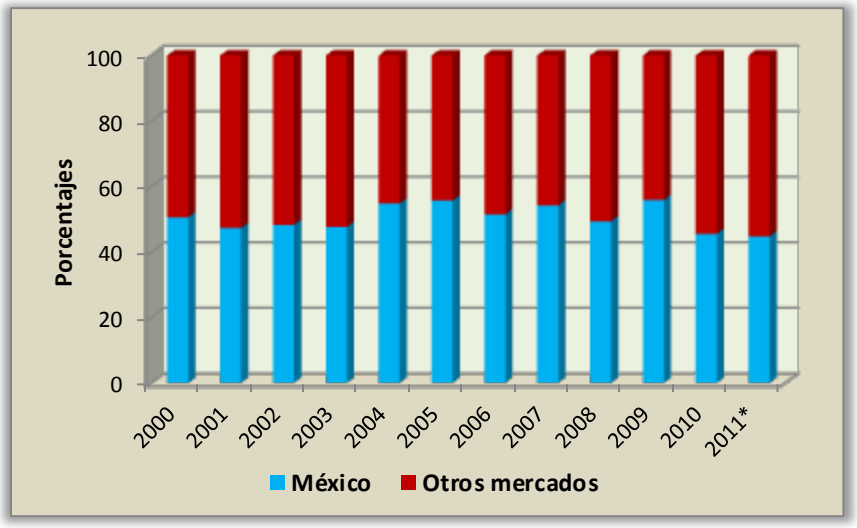
No obstante, en términos de volumen el principal destino fue EEUU durante el período analizado, si bien presentaron una reducción de 88,663.8 T.M. en 2010 a 65,863.9 T.M. en 2011, es decir, 25.7%; no así los valores exportados que registraron un incremento de 1.5%, pasando de 41.2 millones a USD41.8 millones, lo cual se debió a los mejores precios promedio FOB de exportación; siendo el mercado donde las exportaciones se han realizado de manera regular. Hay que recordar que Nicaragua exporta azúcar hacia el mercado estadounidense haciendo uso de los contingentes libres de arancel otorgados por los EEUU en el marco de la OMC y CAFTA-DR, cuotas que han sido llenadas en su totalidad por los exportadores nicaragüenses.

Otros mercados receptores del azúcar originaria de Nicaragua fueron Corea del Sur (tercero en 2011), México, Canadá, Haití, Chile, Ecuador, Nigeria, Trinidad y Tobago, Surinam, Costa de Marfil, Rusia, Perú, India, Jamaica y Taiwán. En el caso de México, las exportaciones se realizan cuando el mercado mexicano experimenta un déficit en su producción con relación al consumo, estableciéndose en el acuerdo comercial vigente que México asignará a Nicaragua una cuota libre de arancel correspondiente a un porcentaje de ese déficit. Taiwán otorgó a la entrada en vigencia del TLC con Nicaragua (Enero 2008) cuotas libres de arancel para la azúcar cruda (5,000 T.M.) y refinada (25,000 T.M.) con crecimientos anuales; sin embargo, la utilización de las mismas ha sido muy poca, exportándose en el 2011 solamente 2,445.9 T.M. (cruda y refinada).

Maní

El principal mercado de las exportaciones de maní originario de Nicaragua ha sido tradicionalmente México, llegando a representar más del 50.0% de las ventas totales de la oleaginosa en el mercado internacional, si bien en los años 2010 y 2011 reflejó las menores participaciones en los últimos diez años. Durante el 2011 los volúmenes exportados de maní hacia el mercado mexicano se ubicaron en 32,962.5 T.M., superando en 8.8% las 30,286.7 T.M. registradas en 2010, mientras, los montos exportados reflejaron un crecimiento sustantivo de 61.3%, pasando de USD27.7 millones en 2010 a USD44.6 millones en 2011; mejorando su participación como mercado de destino de 44.7% a 46.4%. El arancel de importación Nación Más Favorecida (NMF) en México para el maní es 0.0%.

Gráfico No. 12
Nicaragua: Participación de México en las exportaciones de maní



El segundo lugar lo ocupó Inglaterra con USD23.6 millones en 2011, para un crecimiento porcentual de 83.8% con relación a lo exportado en 2010 (USD12.8 millones), cuyos precios promedios de exportación mostraron una tendencia creciente. En tanto, los volúmenes exportados aumentaron de 12,574.5 T.M. en 2010 a 16,470.1 T.M. en 2011, es decir, un incremento relativo de 31.0%. En otras palabras precio y volumen se combinaron para generar una mayor cantidad de divisas en el 2011, lo cual mejoró la participación del mercado inglés de 20.7% a 24.5% con respecto al total de exportaciones de maní realizadas por Nicaragua hacia el

mundo en el período bajo análisis. Las ventas de maní en Inglaterra entran con 0.0% de arancel en el marco del Sistema General Preferencias (SGP).

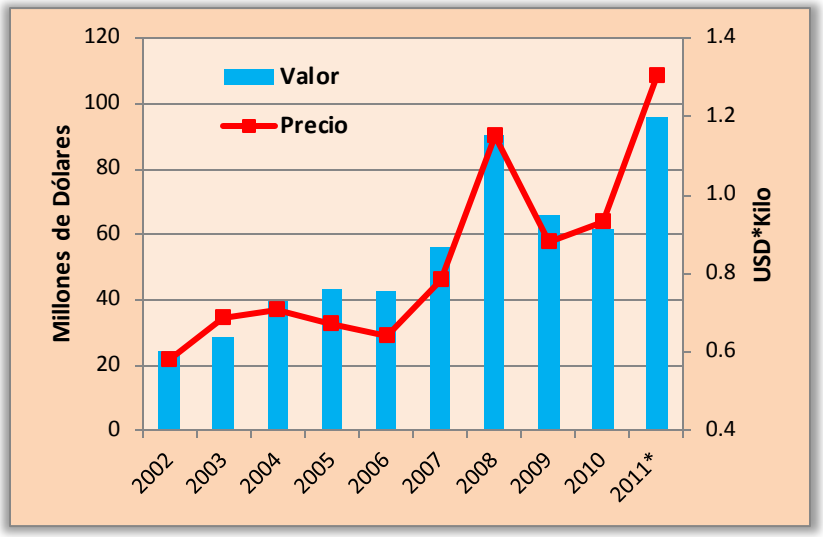
Cuadro No. 10
Principales destinos de las exportaciones de Maní.
Expresadas en T.M. y Millones de USD.

Países	2010		2011		Tasas de crec. %		Part. % (Valor)	
	T.M.	Valor	T.M.	Valor	T.M.	Valor	2010	2011
México	30,286.7	27.7	32,962.5	44.6	8.8	61.3	44.7	46.4
Inglaterra	12,574.5	12.8	16,470.1	23.6	31.0	83.8	20.7	24.5
Colombia	4,136.3	4.3	4,509.5	6.3	9.0	46.5	6.9	6.5
Rusia	4,232.4	4.2	3,759.7	4.3	-11.2	2.1	6.8	4.5
El Salvador	3,848.4	3.4	3,590.1	3.8	-6.7	13.2	5.5	4.0
Australia	2,552.1	2.7	2,296.4	3.2	-10.0	20.5	4.3	3.4
Costa Rica	1,994.8	1.9	2,376.3	2.9	19.1	55.4	3.0	3.0
Canadá	1,915.1	1.6	2,251.9	2.6	17.6	60.8	2.6	2.7
Guatemala	2,810.3	1.1	3,126.2	1.4	11.2	32.7	1.7	1.5
Honduras	609.6	0.6	801.3	1.0	31.5	88.0	0.9	1.1
Otros países	**1,507.9**	**1.7**	**1,498.8**	**2.3**	**-0.6**	**39.4**	**2.7**	**2.4**
Total maní	**66,468.0**	**61.8**	**73,642.8**	**96.1**	**10.8**	**55.5**	**100.0**	**100.0**

Elaborado por la DPCE en base a datos de la DGA.

Es importante mencionar que el mercado centroamericano como región siempre ha sido uno de los principales destino de las exportaciones de maní originario de Nicaragua, libres de arancel en el marco del Mercado Común Centroamericano. En total las ventas de maní en Centroamérica aumentaron de 9,263.0 T.M. en 2010 a 9,893.9 T.M. en 2011, significando un incremento de 6.8%, presentando precios de exportación ascendentes, los cuales permitieron que los valores de exportación se incrementaran en 33.8%; si bien la participación de la región disminuyó de 11.1% a 9.6% en el mismo período dado el mayor auge de las exportaciones hacia México e Inglaterra.

Gráfico No. 13
Nicaragua: Valor de exportaciones y precio FOB del maní



Aparecen otros destinos de las exportaciones de maní como Colombia, presentando crecimientos de 9.0% en volumen y 46.5% en valor en el período analizado, accediendo bajo preferencias arancelarias de acuerdo a lo establecido en el Acuerdo de Alcance Parcial entre Nicaragua y Colombia. Le siguen Rusia, Australia y Canadá, entre los principales. En el marco del acuerdo comercial con Taiwán, Nicaragua logró una cuota libre de arancel de 250.0 T.M. anuales, lográndose exportar en el 2011 solamente 72.3 T.M., inferior a las 167.9 T.M. exportadas en el 2010. El maní, al igual que otras materias primas, ha experimentado incrementos en sus precios internacionales en los últimos años, con la salvedad del 2009 cuando la crisis económica mundial afectó la demanda y los precios mundiales.

Queso, leche en polvo y leche fluida

Los volúmenes exportados de queso, leche en polvo y leche fluida durante el año 2011 se ubicaron en 57,491.8 T.M. con un valor de USD132.3 millones, reflejando una caída de 9.3% y 0.7%, respectivamente, con relación a las exportaciones de 2010; lo cual se explica por la disminución de las exportaciones de leche en polvo y leche fluida, ya que las ventas de queso en el mercado internacional continuaron con su tendencia ascendente de los últimos años, llegando a representar el 61.5% de los valores exportados de esos tres bienes en el 2011. Los volúmenes vendidos de queso aumentaron de 26,022.0 T.M. en 2010 a 30,211.4 T.M. en 2011, para un incremento porcentual de 16.1%; mientras, los valores pasaron de USD68.7 millones a USD81.4 millones, es decir, un crecimiento de 18.4% en el mismo período.

Los principales destinos de las exportaciones de productos lácteos en la actualidad son Centroamérica, Venezuela y EEUU, reflejando solamente El Salvador una participación del 54.4% de los valores exportados de esos productos en el 2011; si bien se siguen haciendo esfuerzos en la búsqueda de nuevos mercados que presentan grandes oportunidades comerciales para estos rubros, cuya producción nacional ha venido en ascenso en los últimos años; sin mencionar el incremento de sus precios internacionales, principalmente la leche en polvo y el queso, aunque en el caso de éste último se pudieran cotizar mejores precios si se le añadiera mayor valor.

Cuadro No. 11
Nicaragua: Principales destinos de las exportaciones de productos lácteos seleccionados. Expresadas en T.M. y Millones de USD.

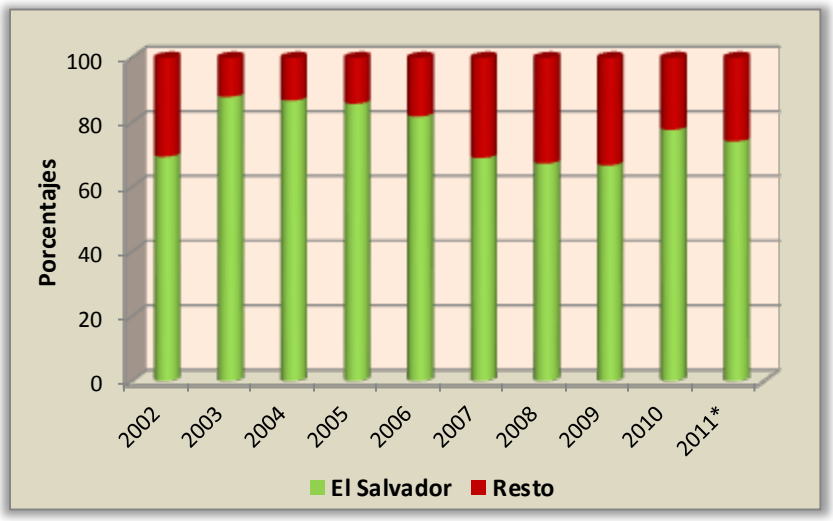
Países	2010		2011		Tasas de crec. %		Part. % (Valor)	
	T.M.	Valor	T.M.	Valor	T.M.	Valor	2010	2011
LECHE EN POLVO								
Guatemala	5,284.4	22.0	4,400.8	19.9	-16.7	-9.9	51.0	54.9
El Salvador	4,115.9	17.5	2,649.1	11.4	-35.6	-34.8	40.5	31.5
Honduras	1,049.4	3.6	1,128.9	4.6	7.6	27.2	8.4	12.8
Haití	0.0	0.0	36.4	0.2	-	-	0.0	0.5
Nueva Zelanda	0.0	0.0	26.9	0.1	-	-	0.0	0.3
Total leche en polvo	**10,449.7**	**43.2**	**8,242.1**	**36.2**	**-21.1**	**-16.2**	**100.0**	**100.0**
LECHE FLUIDA								
Venezuela	23,669.9	19.0	14,994.7	11.8	-36.7	-38.0	89.2	80.2
Rep. Dominicana	147.2	0.1	1,255.8	0.9	753.3	536.9	0.7	6.1
Costa Rica	503.2	0.4	1,072.3	0.8	113.1	117.4	1.7	5.5
Guatemala	1,436.8	0.9	996.0	0.7	-30.7	-24.7	4.3	4.7

Países	2010		2011		Tasas de crec. %		Part. % (Valor)	
	T.M.	Valor	T.M.	Valor	T.M.	Valor	2010	2011
Puerto Rico	592.5	0.5	363.0	0.3	-38.7	-40.2	2.2	1.9
El Salvador	278.7	0.2	287.7	0.2	3.2	-10.2	1.0	1.3
Honduras	253.2	0.2	68.9	0.0	-72.8	-76.0	0.9	0.3
Total leche fluida	**26,881.4**	**21.3**	**19,038.3**	**14.7**	**-29.2**	**-31.0**	**100.0**	**100.0**
QUESO								
El Salvador	20,202.5	53.4	22,155.9	60.4	9.7	13.0	77.7	74.2
Honduras	2,807.0	6.6	4,692.7	10.7	67.2	62.4	9.6	13.2
EEUU	2,872.0	8.0	3,218.6	9.6	12.1	19.2	11.7	11.8
Costa Rica	89.5	0.5	120.2	0.7	34.3	25.5	0.8	0.8
Guatemala	51.0	0.1	0.0	0.0	-100.0	-100.0	0.2	0.0
Otros países	0.0	0.0	24.0	0.1	-	-	0.0	0.1
Total queso	**26,022.0**	**68.7**	**30,211.4**	**81.4**	**16.1**	**18.4**	**100.0**	**100.0**
Total General	**63,353.1**	**133.2**	**57,491.8**	**132.3**	**-9.3**	**-0.7**	**-**	**-**

Elaborado por la DPCE en base a datos de la DGA.

El principal destino de las exportaciones de queso siguió siendo el centroamericano, y dentro de éste, el salvadoreño, registrando una participación superior al 70.0% con respecto al total de exportaciones de queso realizadas por Nicaragua entre 2010 y 2011. Le siguieron los mercados de Honduras y EEUU, aunque con participaciones muy inferiores, 13.2% y 11.8%, respectivamente, en 2011. Las ventas de queso en la región centroamericana se realizan libres de arancel en el marco de la Integración en Centroamérica; mientras, como parte del CAFTA-DR, Nicaragua logró una cuota de exportación hacia EEUU libre de arancel de 875 T.M., con un incremento de 5.0% anual, la cual es muy baja con relación a los volúmenes realmente exportados por los productores nicaragüenses.

Gráfico No. 14
Nicaragua: Participación de las exportaciones de queso hacia El Salvador

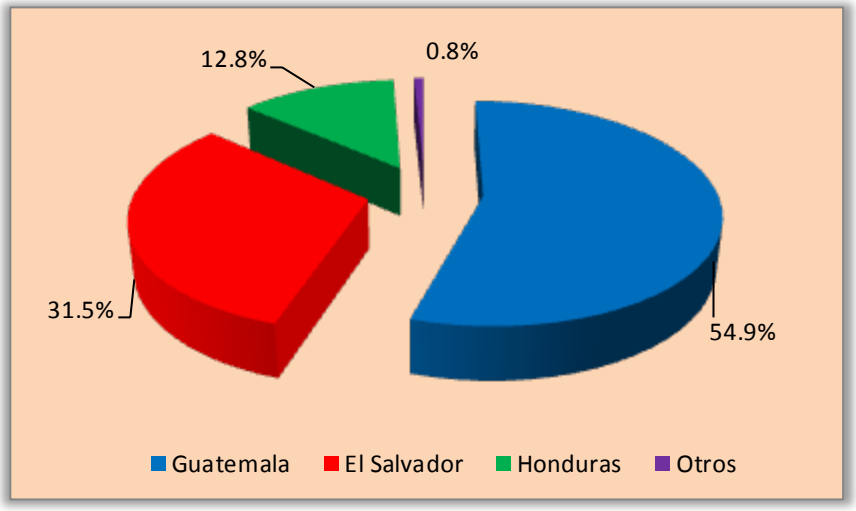


Luego del queso, el producto lácteo que más sobresale en términos de valor en las exportaciones de Nicaragua es la leche en polvo con USD36.2 millones en el 2011, correspondiéndole un volumen de 8,242.1 T.M., sufriendo una caída de 16.2% y 21.1%, respectivamente, con relación al

2010 (USD43.2 millones y 10,449.7 T.M.); representando el 27.4% del valor de las ventas totales de los productos lácteos (seleccionados) en el año 2011. El principal mercado de destino fue el centroamericano, específicamente Guatemala, El Salvador y Honduras. El mercado guatemalteco recibió en 2011 el 53.4% de los volúmenes exportados totales de leche en polvo hacia el mundo en ese año, así como el 54.9% de los valores exportados, aunque experimentó una disminución de 16.7% en volumen y 9.9% en valor con respecto al 2010.

Por su parte, la leche fluida ocupó el segundo lugar en términos de volumen dentro de las exportaciones de los productos lácteos seleccionados durante el período analizado, que al igual que la leche en polvo, registró una disminución de sus ventas en el mercado internacional en 2011 con relación al año 2010 (29.2% en volumen y 31.0% en valor). Antes del 2007, el principal destino era el mercado centroamericano, libres de arancel, aunque se exportaban pocas cantidades, vendiéndose entre 2005 y 2007 solamente 613.6 T.M. con un valor de USD433.5 miles. Sin embargo, entre 2008 y 2011 las exportaciones de leche fluida hacia Centroamérica sobrepasaron las 2,000 T.M., mostrando una tendencia creciente, con la excepción del 2011 cuando se redujeron levemente en 1.9% con respecto al 2010.

Gráfico No. 15
Mercados de destino de las exportaciones de leche en polvo (Año 2011)

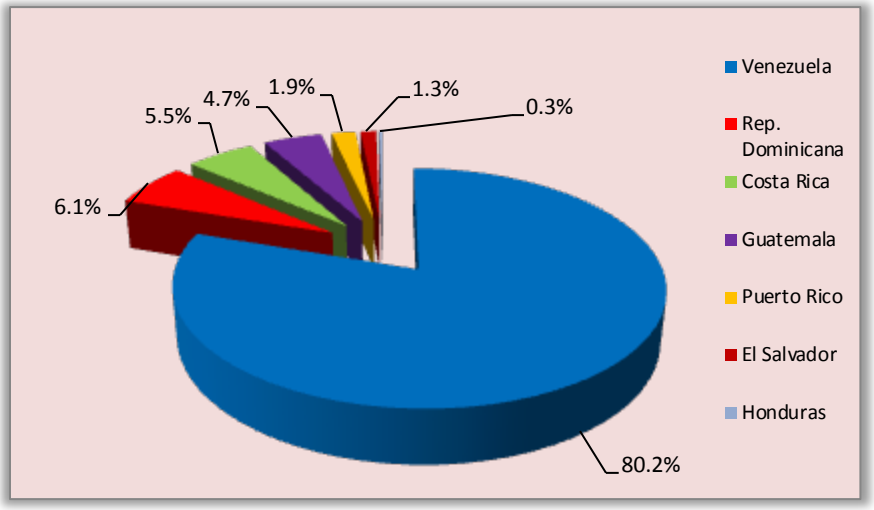


Al incorporarse Nicaragua en el ALBA a comienzos del 2007, el mercado venezolano se convierte a partir del 2008 en el principal destino de las exportaciones de leche fluida, pasando de 2,954.1 T.M. en ese año a 23,669.9 en 2010, es decir, un incremento de 701.3%; mientras los valores crecieron de USD3.0 millones a USD19.0 millones en el mismo período (533.3%). No obstante, en el 2011 experimentaron una caída de 36.7% en volumen y 38.0% en valor con relación al año anterior, si bien el mercado de Venezuela representó el 80.2% de las exportaciones totales de leche fluida realizadas por Nicaragua hacia el mundo en ese mismo año.

Es importante mencionar las ventas de leche fluida en República Dominicana durante el período analizado, aumentando significativamente 753.3% en volumen y 536.9% en valor en 2011 con relación al 2010, mejorando su participación como mercado de destino de 0.7% a 6.1% entre ambos años. Hay que recordar que de acuerdo a lo establecido en los acuerdos comerciales entre Nicaragua y República Dominicana (Tratado de Libre Comercio entre ambas naciones y DR-CAFTA), la leche fluida nicaragüense tiene acceso inmediato (0.0% de arancel) en el mercado del país

caribeño, de tal forma, que es previsible que los envíos de leche fluida aumenten en los años siguientes, dado el potencial productivo de Nicaragua.

Gráfico No. 16
Mercados de destino de las exportaciones de leche fluida (Año 2011)



Camarones, langosta y pescado entero

Los principales productos pesqueros exportados por Nicaragua tradicionalmente han sido el camarón, la langosta y el pescado entero, generando en el año 2011 un monto en concepto de exportaciones de USD129.7 millones y un volumen exportado de 19,171.8 T.M., superando en 7.5% y 4.3%, respectivamente, lo exportado en el 2010. Los principales destinos de estos tres bienes durante el período analizado fueron EEUU (incluyendo P. Rico), España, Francia, Taiwán, México, Reino Unido, Vietnam y Bélgica. Sin embargo, solamente las ventas en los tres primeros representaron el 81.9% de las exportaciones totales de estos mismos bienes en 2011, notándose todavía cierto grado de concentración de destinos.

Cuadro No. 12
Nicaragua: Principales destinos de las exportaciones de productos pesqueros.
Expresadas en T.M. y Millones de USD.

Países	2010		2011		Tasas de crec. %		Part. % (Valor)	
	T.M.	Valor	T.M.	Valor	T.M.	Valor	2010	2011
CAMARONES								
España	3,551.7	18.0	4,483.3	20.8	26.2	15.6	30.7	33.5
EEUU	3,758.2	22.2	2,620.9	14.7	-30.3	-33.5	37.7	23.7
Taiwán	924.5	4.1	1,555.3	8.2	68.2	103.0	6.9	13.2
Francia	1,662.0	8.2	1,335.3	6.2	-19.7	-24.1	14.0	10.0
Inglaterra	148.2	0.9	542.3	3.9	266.0	340.3	1.5	6.3
México	409.2	1.6	820.2	3.7	100.4	133.2	2.7	6.0
Vietnam	0.0	0.0	263.3	1.4	-	-	0.0	2.3
Otros países	**1,183.7**	**3.9**	**888.6**	**3.1**	**-24.9**	**-19.2**	**6.6**	**5.0**
Total camarones	**11,637.4**	**58.8**	**12,509.2**	**62.2**	**7.5**	**5.8**	**100.0**	**100.0**
LANGOSTAS								

Países	2010		2011		Tasas de crec. %		Part. % (Valor)	
	T.M.	Valor	T.M.	Valor	T.M.	Valor	2010	2011
EEUU (+ P. Rico)	1,200.3	31.6	1,258.5	34.4	4.9	9.1	77.0	72.7
Francia	296.6	9.4	392.1	12.6	32.2	34.3	22.9	26.6
Taiwán	0.0	0.0	20.9	0.3	-	-	0.0	0.7
Otros países	**4.2**	**0.1**	**0.8**	**0.0**	**-80.4**	**-85.9**	**0.2**	**0.0**
Total langostas	**1,501.1**	**41.0**	**1,672.4**	**47.4**	**11.4**	**15.5**	**100.0**	**100.0**
PESCADOS								
EEUU (+ P. Rico)	3,787.1	17.97	3,393.3	17.4	-10.4	-3.1	86.6	86.7
México	421.8	1.35	337.9	0.8	-19.9	-39.6	6.5	4.0
Jamaica	132.5	0.35	206.5	0.6	55.8	61.4	1.7	2.8
Honduras	328.3	0.22	472.1	0.3	43.8	43.3	1.0	1.6
Costa Rica	76.6	0.09	211.9	0.2	176.9	169.1	0.4	1.2
Rep. Dominicana	19.9	0.03	90.1	0.2	352.7	528.6	0.2	1.0
Colombia	53.9	0.16	53.3	0.2	-1.1	1.9	0.8	0.8
Taiwán	90.6	0.19	69.4	0.1	-23.3	-24.9	0.9	0.7
Otros países	**326.5**	**0.40**	**155.7**	**0.2**	**-52.3**	**-44.7**	**1.9**	**1.1**
Pescado entero	**5,237.1**	**20.76**	**4,990.3**	**20.1**	**-4.7**	**-3.3**	**100.0**	**100.0**
Total General	**18,375.7**	**120.61**	**19,171.8**	**129.7**	**4.3**	**7.5**	**-**	**-**

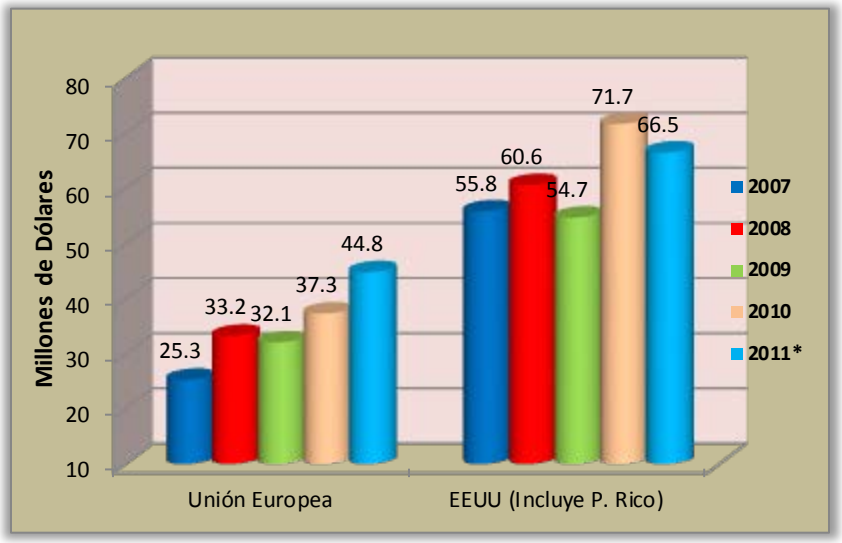
Elaborado por la DPCE en base a datos de la DGA.

A pesar del incremento de las exportaciones de los productos de la pesca (camarón, langosta y pescado entero) en el año 2011, las que se dirigieron hacia el mercado de EEUU disminuyeron con relación al 2010. En efecto, los volúmenes vendidos en el mercado estadounidense disminuyeron de 8,745.5 T.M. en el 2010 a 7,262.3 T.M. en 2011, es decir, una caída relativa de 17.0%, lo cual se debió al decrecimiento de las exportaciones de camarón y pescado entero; ya que los envíos de langosta obtuvieron un crecimiento de 4.9% en volumen y 9.1% en valor en el mismo período, siendo EEUU el principal destino con una participación arriba del 75.0% en 2011, muy por encima del segundo lugar que ocupó el mercado francés (26.6%). En otras palabras, el mayor dinamismo de las exportaciones de langosta hacia EEUU, evitó una mayor caída de las ventas pesqueras en ese mercado entre 2010 y 2011.

Cabe destacar, que si bien los montos exportados de productos de la pesca hacia el mercado estadounidense decrecieron en 7.3% en el 2011 con relación al 2010, obtuvieron una participación superior al 50.0% con respecto a las exportaciones totales de esos bienes realizadas por Nicaragua hacia el mundo en el 2011; confirmándose a EEUU como el principal destino de los productos pesqueros nicaragüenses, que como parte de lo establecido en el DR-CAFTA, tienen un acceso libre (0.0% de arancel) en ese mercado.

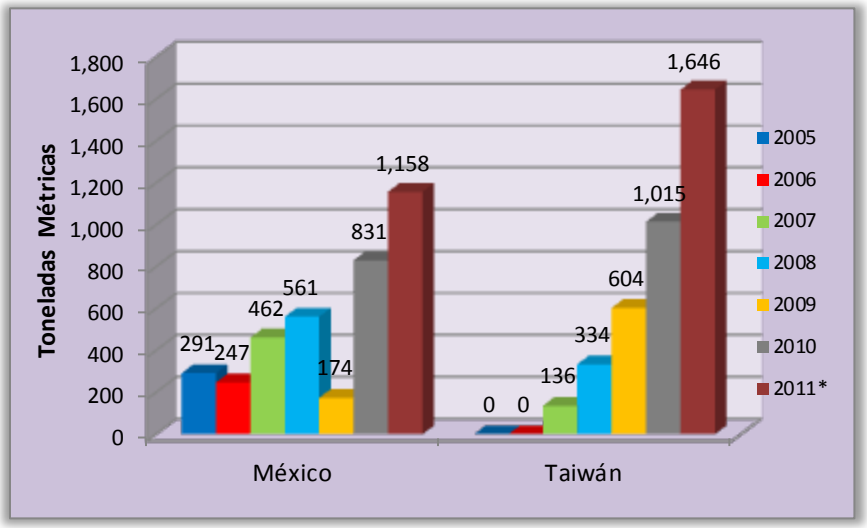
El segundo mercado en importancia es la Unión Europea como región económica al exportarse productos pesqueros (camarón, langosta y pescado entero) durante 2011 por un valor de USD44.8 millones (71.9% correspondió a camarón y el 28.1% a langosta), reflejando un crecimiento de 20.1% con relación al año 2010 (USD37.3 millones); representando el 34.5% de los montos totales exportados de esos rubros por Nicaragua hacia el mundo en el año 2011. Mientras entra en vigencia el Acuerdo de Asociación (ADA), las relaciones comerciales entre Nicaragua y la Unión Europea se realizan dentro del SGP (plus) aplicado unilateralmente por los países miembros de la región europea, donde los productos de la pesca nicaragüenses tienen preferencias arancelarias.

Gráfico No. 17
Exportaciones de camarón, langosta y pescado hacia principales destinos



Es importante resaltar el crecimiento de las exportaciones pesqueras hacia mercados alternativos como México y Taiwán, con los cuales Nicaragua tiene en vigencia acuerdos comerciales. Para el año 2000 solamente se exportaron hacia el mercado mexicano un total de 52.3 T.M., aumentando hasta las 1,158.1 T.M. al finalizar 2011, es decir, un crecimiento de 2,114.3% entre ambos años, presentando una tendencia creciente en ese período, con la excepción del año 2009, cuando la crisis económica mundial provocó una caída en las exportaciones nicaragüenses. Hacia México se exportan principalmente camarón y pescado entero, libres de arancel de acuerdo al programa de desgravación establecido en el Tratado de Libre Comercio entre ambas naciones.

Gráfico No. 18
Volumen exportado de camarón, langosta y pescado

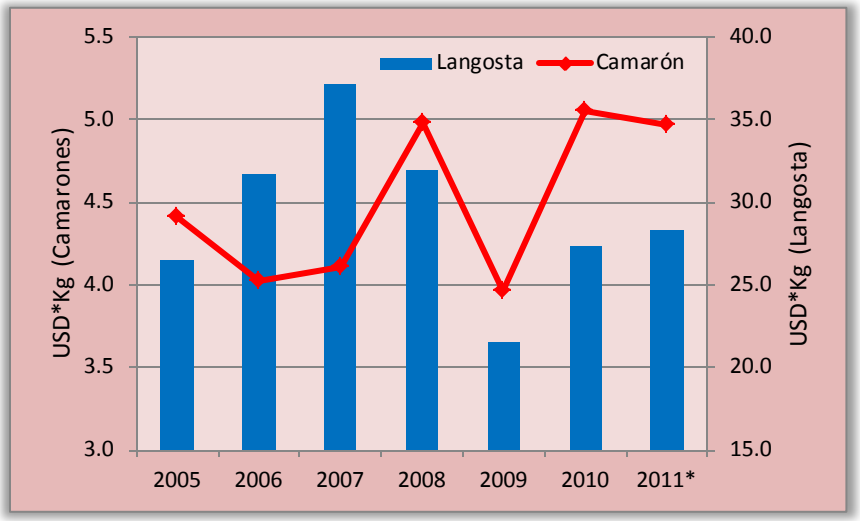


Por su parte, las exportaciones de productos de la pesca hacia Taiwán crecieron de 135.8 T.M. en el 2007 (antes de la vigencia del acuerdo comercial) a 1,645.7 al finalizar 2011, significando un incremento porcentual de 1,111.9%; mientras, los valores exportados pasaron de USD0.4 millones

a USD8.7 millones en el mismo período, registrando un aumento de 2,075.0%. En el año 2011 Nicaragua envió al mercado taiwanés camarón, pescado y langosta, si bien las exportaciones del primero fueron las principales al registrar una participación de 95.3% en términos de valor, sobresaliendo el camarón de cultivo. Las exportaciones de langosta y pescado entero son mínimas, sin embargo, el mercado de Taiwán presenta un gran potencial para estos bienes, mejor aún, si se aprovecha el acceso libre de arancel para estos bienes en el marco del TLC.

En cuanto a los precios internacionales, después de la caída experimentada a finales del 2008 y todo el 2009 como consecuencia de la crisis económica mundial que provocó un decrecimiento en la demanda de los principales mercados de destino, principalmente EEUU; comenzaron a recuperarse en los años 2010 y 2011, aunque en el caso de la langosta su precio FOB todavía está por debajo del registrado entre 2006 y 2008. Los problemas económicos todavía existentes en EEUU y Europa y los precios altos del petróleo, son factores que tensionan la actividad pesquera en Nicaragua, por lo que es indispensable diversificar los mercados de destino.

Gráfico No. 19
Precio promedio FOB del camarón y langosta



En resumen, siguen destacando las exportaciones de camarón, langosta y pescado entero hacia los destinos tradicionales, si bien aparecen otros productos frescos y congelados como ostras, almejas, pulpos, etc., que actualmente se están exportando y que tienen gran potencial y mucho valor agregado, lo cual permitirá diversificar la producción y exportación del sector pesquero nicaragüense. Los Estados Unidos siguen siendo el principal mercado para los productos marinos nacionales, sin embargo, en los últimos años se han abierto otros nichos de mercado como Taiwán, México, Centroamérica, Vietnam, etc.; además de seguir trabajando para poder acceder a otros mercados importantes como República Dominicana (cero arancel), China, Rusia y Venezuela, aprovechando en el caso del último la incorporación de Nicaragua en el ALBA.

Ganado bovino.

Los valores exportados de ganado bovino al finalizar el año 2011 se ubicaron en USD18.6 millones, experimentando una caída de 13.6% con relación al 2010 (USD21.5 millones), influenciado por el decrecimiento en 26.8% en el mismo período de los montos de exportación del rubro hacia el

segundo mercado en importancia como fue Guatemala, desmejorando su participación de 46.7% a 39.6% con relación al total de exportaciones de ganado en pie realizadas por Nicaragua entre los años 2010 y 2011. Las exportaciones de ganado en pie se han reducido a tono con el aumento de las exportaciones de carne y de queso, lo que significa que el sector está dando mayor valor agregado a su producción.

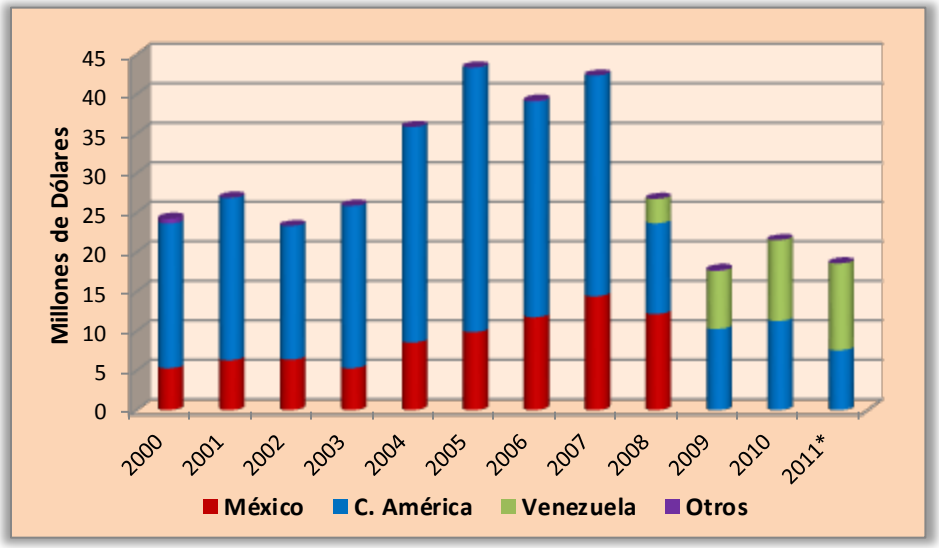
Cuadro No. 13
Principales destinos de las exportaciones de ganado bovino.
Expresadas en T.M. y Millones de USD.

Países	2010		2011		Tasas de crec. %		Part. % (Valor)	
	T.M.	Valor	T.M.	Valor	T.M.	Valor	2010	2011
Venezuela	5,382.1	10.2	5,523.3	11.0	2.6	7.7	47.5	59.3
Guatemala	10,981.2	10.1	7,769.9	7.4	-29.2	-26.8	46.7	39.6
Subtotal	**16,363.3**	**20.3**	**13,293.2**	**18.4**	**-18.8**	**-9.4**	**94.3**	**98.9**
Otros países	**1,109.6**	**1.2**	**185.3**	**0.2**	**-83.3**	**-83.6**	**5.7**	**1.1**
Total ganado bovino	**17,472.9**	**21.5**	**13,478.5**	**18.6**	**-22.9**	**-13.6**	**100.0**	**100.0**

Elaborado por la DPCE en base a datos de la DGA.

Por ejemplo, en 2007 Nicaragua obtuvo USD42.4 y USD179.6 millones en concepto de exportaciones de ganado en pie y carne bovina, respectivamente, así como USD179.6 millones por las ventas de queso. Sin embargo, para el año 2011 esa relación sufrió una variación cuando las ventas de ganado bovino bajaron hasta los USD18.6 millones, mientras las exportaciones de carne bovina y queso se elevaron a USD427.0 millones y USD81.4 millones, respectivamente. Los mejores precios promedio FOB de exportación de los rubros carne bovina y queso ha permitido el mayor dinamismo de sus exportaciones, destacando el auge de las exportaciones del primero hacia el mercado venezolano con precios preferenciales en el marco del ALBA.

Gráfico No. 20
Exportaciones de ganado bovino por principales destinos



Después de varios años de incrementos sostenidos de las exportaciones de ganado en pie hacia Venezuela desde el año 2008, dicho mercado se convirtió durante 2011 en el principal destino

para ese rubro de exportación, llegando a superar al mercado centroamericano, que históricamente había sido el principal destino de las exportaciones de ganado en pie originario de Nicaragua. Mientras en el 2008 se exportaron USD11.5 millones hacia Centroamérica y USD3.1 millones al mercado venezolano, para el 2011 las ventas en Venezuela aumentaron hasta los USD11.0 millones, y las realizadas en el área centroamericana decrecieron a USD7.6 millones; donde el precio preferencial en el mercado venezolano ha sido determinante.

Las exportaciones de ganado en pie hacia Venezuela y Guatemala concentraron el 98.9% de las ventas totales del rubro en el mercado internacional durante el año 2011, enviándose poca cantidad de semovientes hacia Honduras y El Salvador; no registrándose exportaciones hacia México en los últimos años, después de la desaparición de la cuota de carne y su equivalente en ganado en pie libre de arancel en el 2007. No obstante, para los próximos años los productores y exportadores nicaragüenses del sector ganadero pretenden tener mayor acceso a mercados como el asiático, europeo y Rusia. En ese sentido, el incremento del hato ganadero de engorde debe de seguir siendo una prioridad para los productores y autoridades correspondientes, así como la implementación de un sistema de trazabilidad bovina, pues esto es un requisito en algunos de los mercados donde se pretende exportar ganado y carne de bovino.

IV. Exportaciones CIIU

Las exportaciones de la **industria manufacturera** siguieron presentando la mayor participación durante 2011 con 70.6%, levemente superior a la registrada en el 2010 que fue de 69.0%, recordando que en éste grupo CIIU se incluyen las etapas de producción, procesamiento y conservación de bienes (frutas, pescado, carne, aceites, etc.); ocupando la segunda posición las exportaciones del grupo **agricultura, ganadería, caza y silvicultura** al reflejar una participación de 28.3%, si bien resultó menor a la observada en el 2010 cuando se ubicó en 29.6%. Luego aparecen con participaciones muy bajas las exportaciones de **pesca** (pescado fresco, larvas de camarón, peces vivos, moluscos, etc.) y explotación de **minas canteras** (sal, betunes, etc.).

Los valores exportados de la **industria manufacturera** aumentaron de USD1,274.8 millones en 2010 a USD1,611.0 millones en 2011, es decir, un incremento porcentual de 26.4%, si bien los volúmenes vendidos experimentaron una caída de 0.3%; sobresaliendo en términos de valor las exportaciones en 2011 de los subgrupos **producción, procesamiento y conservación de carne, pescado, frutas y aceites**; **productos primarios de metales preciosos y metales no ferrosos** (oro, plata, etc.); **otros productos alimenticios** (azúcar, café instantáneo, pan, galleta, melaza, etc.); **elaboración de productos lácteos**; y **elaboración de bebidas** (ron, alcohol etílico, gaseosas, cervezas); que en conjunto representaron el 88.1% de las exportaciones de la industria.

En el caso del grupo **agricultura, ganadería, caza y silvicultura**, los valores exportados se ubicaron al finalizar el año 2011 en USD645.6 millones, superior a los USD547.4 millones registrados en el 2010, obteniendo un incremento relativo de 17.9%, combinado con el crecimiento de los volúmenes exportados en 4.6%; siendo determinante el aumento de las exportaciones del subgrupo **cultivos en general** (café, maní, frijoles, frutas, hortalizas, tabaco, etc.) en 19.2%, que son a la vez los de mayor participación dentro del grupo **agricultura, ganadería, caza y silvicultura** (96.6% en 2011). Por su parte, las ventas del subgrupo **cría de animales** (ganado bovino, miel natural, etc.) se redujeron en 22.3% en volumen y 11.2% en valor, donde la disminución de las

exportaciones de ganado en pie fue determinante; mientras, **la silvicultura** (follajes, hojas y ramas principalmente) creció 2.9% en cantidades físicas y 10.9% en valor.

Cuadro No. 14
Exportaciones según la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU)
Expresadas en T.M. y Millones de USD.

Productos	2010		2011*		Tasa de crec. %		Partic. % (Valor)	
	T.M.	Valor	T.M.	Valor	T.M.	Valor	2010	2011
Total exportaciones	**1444,872.2**	**1,847.8**	**1458,896.9**	**2,280.9**	**1.0**	**23.4**	**100.00**	**100.00**
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	**415,412.1**	**547.4**	**434,386.1**	**645.6**	**4.6**	**17.9**	**29.62**	**28.30**
Cultivos en general	396,378.3	523.1	419,252.8	623.6	5.8	19.2	28.31	27.34
Cría de animales	17,704.8	22.0	13,765.2	19.6	-22.3	-11.2	1.19	0.86
Silvicultura, extracción de madera	1,329.0	2.2	1,368.2	2.4	2.9	10.9	0.12	0.11
Pesca	**8,176.0**	**23.5**	**5,997.5**	**21.4**	**-26.6**	**-9.0**	**1.27**	**0.94**
Pesca, criaderos de peces	8,176.0	23.5	5,997.5	21.4	-26.6	-9.0	1.27	0.94
Explotación de minas canteras	**12,913.2**	**1.6**	**13,136.0**	**2.0**	**1.7**	**26.0**	**0.09**	**0.09**
Extracción de minas canteras	12,673.7	1.5	12,811.9	1.9	1.1	30.4	0.08	0.08
Otros	239.5	0.1	324.2	0.1	35.3	-40.9	0.01	0.00
Industria manufacturera	**1007,693.1**	**1,274.8**	**1004,792.6**	**1,611.0**	**-0.3**	**26.4**	**68.99**	**70.63**
Producción, procesamiento y conservación de carne, pescado, frutas, aceites	165,071.5	476.6	201,588.6	641.0	22.1	34.5	25.79	28.10
Productos primarios de metales preciosos y metales no ferrosos	5,111.6	239.4	5,429.4	385.3	6.2	60.9	12.96	16.89
Otros productos alimenticios	412,775.6	189.7	398,137.3	222.9	-3.5	17.5	10.27	9.77
Productos lácteos	67,156.8	139.5	62,087.4	139.5	-7.5	0.0	7.55	6.11
Elaboración de bebidas	28,473.8	28.7	33,897.4	30.1	19.0	4.9	1.55	1.32
Industrias básicas de hierro y acero	85,204.5	21.2	95,642.3	21.7	12.3	2.6	1.15	0.95
Productos de molinería, almidones y derivados	103,529.2	29.3	60,024.9	21.0	-42.0	-28.3	1.59	0.92
Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas,	7,131.6	8.8	10,076.4	18.6	41.3	111.9	0.47	0.81
Fabricación de productos de la refinación del petróleo	26,704.7	22.3	13,248.1	14.8	-50.4	-33.5	1.20	0.65
Actividades de edición	226.7	30.3	257.9	13.7	13.8	-54.6	1.64	0.60
Sustancias químicas básicas	18,558.4	10.7	15,119.7	12.2	-18.5	13.9	0.58	0.54
Productos de tabaco	867.0	11.9	928.4	11.9	7.1	-0.1	0.64	0.52
Aserrado y acepilladura de madera	18,763.1	7.0	28,467.6	11.2	51.7	60.4	0.38	0.49
Otros productos químicos	6,546.3	11.1	5,899.9	10.5	-9.9	-5.6	0.60	0.46
Fabricación de productos minerales no metálicos n.c.p.	21,052.1	7.3	25,117.3	9.9	19.3	35.0	0.40	0.43
Otras industrias	40,520.2	40.9	48,869.9	46.7	20.6	14.2	2.21	2.05
Otras actividades	**677.8**	**0.6**	**584.6**	**0.9**	**-13.7**	**37.6**	**0.03**	**0.04**

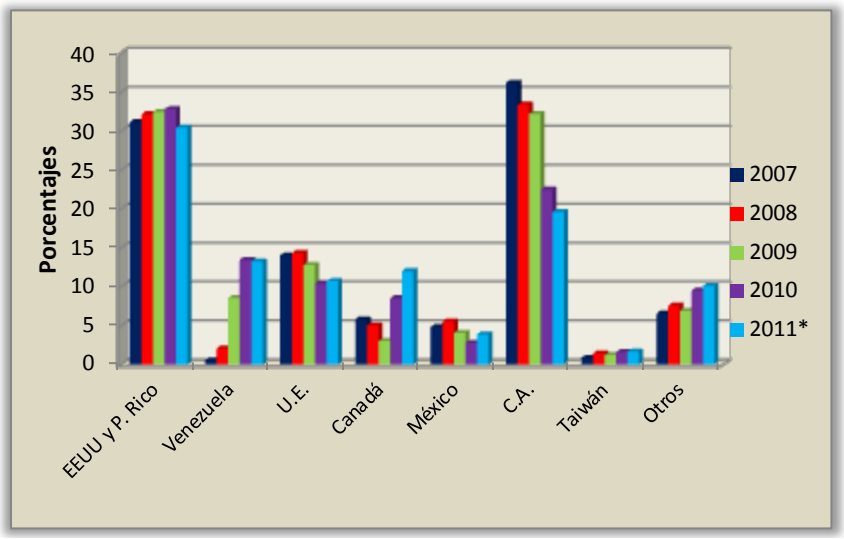
Elaborado por la DPCE en base a datos de la DGA. *Preliminar.

V. Principales destinos de las exportaciones.

Durante el período analizado la estructura de los principales destinos de la oferta exportable de Nicaragua no sufrió cambios significativos, profundizándose las relaciones comerciales con aquellos mercados que históricamente han sido considerados tradicionales como EEUU, Centroamérica y Unión Europea; si bien en términos de participación la región centroamericana ha experimentado cambios sustantivos en los últimos cinco años, ya que mientras en el año 2007 era de 36.2%, superando incluso a los EEUU, al finalizar el año 2011 se redujo hasta 19.6%. Lo anterior coincide con el auge de las exportaciones hacia Venezuela, en el marco del ALBA, y Canadá, impulsadas por las ventas de oro, cuyo precio internacional ha sobrepasado los niveles históricos. Además las exportaciones hacia Honduras se redujeron significativamente en 2010 y 2011.

Después de los destinos históricamente tradicionales aparecen mercados alternativos que han presentado un fuerte dinamismo en los últimos años, ya sea aprovechando los acuerdos comerciales vigentes entre Nicaragua y algunos de ellos como México, Taiwán, Canadá y Venezuela; o aumentando los montos de exportación dado al auge de los precios internacionales de los principales bienes exportados como café, oro, azúcar, carne de bovino, maní, plata, etc.; sin mencionar otros destinos potenciales como Corea del Sur, India, China, Japón, Rusia, América del Sur y Comunidad del Caribe, que en el marco del proceso de búsqueda de nuevos mercados por parte del GRUN, presentan grandes oportunidades comerciales dado su masa poblacional, desarrollo económico e ingresos.

Gráfico No. 21
Nicaragua: Participación de los principales mercados de destino



El principal destino de las exportaciones de Nicaragua siguió siendo en el 2011 el mercado de EEUU, relaciones comerciales que se realizan dentro del CAFTA-DR, acuerdo comercial que cumplió cinco años de vigencia en 2011. Los valores exportados reflejaron un incremento de 14.4%, aumentando de USD606.5 millones en 2010 a 694.1 millones en 2011, determinado principalmente por los mayores montos exportados de café, oro, carne bovina y azúcar, con precios ascendentes; no obstante, los volúmenes exportados disminuyeron en 29.0% debido a las menores cantidades física exportadas de café, azúcar y melaza. La participación del mercado estadounidense disminuyó de 32.8% a 30.4% en el período analizado. La mayoría de los bienes

entran al mercado de EEUU aprovechando las ventajas arancelarias (cero o arancel preferencial) establecidas en el CAFTA-DR.

El segundo lugar lo ocuparon las exportaciones dirigidas hacia el mercado venezolano, las cuales presentaron incrementos tanto en volumen como en valor en el período bajo análisis. En efecto, los volúmenes exportados aumentaron de 129,011.6 T.M. en 2010 a 146,888.8 T.M. en 2011, significando un crecimiento relativo de 13.9%, destacando el crecimiento de rubros como carne bovina, café, azúcar, aceite comestible y ganado en pie; sin embargo, las ventas en volumen y valor de leche fluida y frijoles negros se redujeron en el mismo período. Los precios preferenciales que Venezuela otorga a los bienes nicaragüenses en el marco del ALBA, sumado a los mayores volúmenes exportados de la mayoría de ellos, propició que los valores totales de exportación hacia Venezuela se incrementaran en 21.8%, manteniendo una participación entre 13.3% y 13.5%.

Cuadro No. 15
Nicaragua: Principales destinos de las exportaciones.
Expresadas en T.M. y Millones de USD.

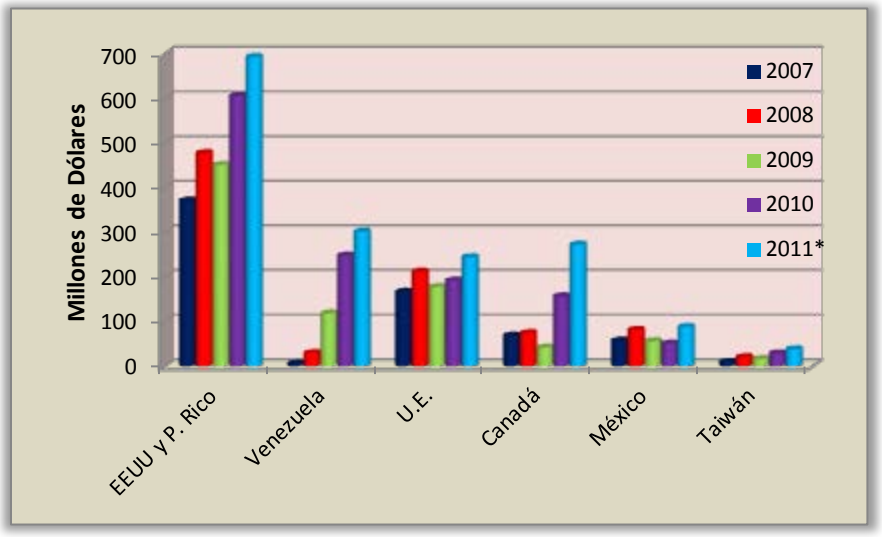
Productos	2010		2011		Tasa de crec. %		Partic. % (Valor)	
	T.M.	Valor	T.M.	Valor	T.M.	Valor	2010	2011
EEUU (+ P. Rico)	379,919.5	606.5	269,791.0	694.1	-29.0	14.4	32.8	30.4
Venezuela	129,011.6	248.6	146,888.8	302.6	13.9	21.8	13.5	13.3
Canadá	7,668.8	157.4	36,643.2	273.4	377.8	73.7	8.5	12.0
El Salvador	165,909.2	198.2	185,107.5	198.9	11.6	0.4	10.7	8.7
Costa Rica	192,147.2	87.1	230,108.0	117.5	19.8	34.8	4.7	5.2
México	62,141.4	51.6	74,096.5	88.7	19.2	72.0	2.8	3.9
Guatemala	63,244.1	68.3	60,735.3	71.0	-4.0	3.9	3.7	3.1
Honduras	69,713.1	61.7	60,856.0	59.4	-12.7	-3.7	3.3	2.6
Inglaterra	31,127.6	24.5	29,849.3	38.5	-4.1	56.7	1.3	1.7
Taiwán	56,282.6	29.3	76,907.4	38.4	36.6	31.3	1.6	1.7
España	10,323.2	39.1	8,047.6	36.4	-22.0	-6.9	2.1	1.6
Bélgica	6,780.8	22.0	7,063.8	34.1	4.2	55.1	1.2	1.5
Italia	9,787.3	19.3	11,716.2	33.4	19.7	73.3	1.0	1.5
Alemania	6,734.0	22.2	7,379.3	32.9	9.6	48.4	1.2	1.4
Corea del Sur	41,825.6	6.0	82,655.5	29.3	97.6	389.7	0.3	1.3
Francia	8,818.5	28.2	4,679.6	25.9	-46.9	-8.2	1.5	1.1
Japón	5,337.2	15.5	5,212.1	23.3	-2.3	50.4	0.8	1.0
Rusia	31,438.1	21.7	7,894.7	19.9	-74.9	-8.3	1.2	0.9
China	14,852.2	8.2	26,567.8	16.4	78.9	98.4	0.4	0.7
Suecia	3,534.1	10.8	3,232.4	14.6	-8.5	35.1	0.6	0.6
Subtotal	**1296,596.0**	**1,726.2**	**1335,431.9**	**2,148.8**	**3.0**	**24.5**	**93.4**	**94.2**
Otros países	**148,276.2**	**121.7**	**123,465.0**	**132.1**	**-16.7**	**8.6**	**6.6**	**5.8**
Total exportaciones	**1444,872.2**	**1,847.8**	**1458,896.9**	**2,280.9**	**1.0**	**23.4**	**100.0**	**100.0**

Elaborado por la DPCE en base a datos de la DGA.

En el tercer puesto lo ocupó el mercado canadiense impulsado por las exportaciones de oro, café, azúcar, plata y maní; bienes que han reflejado precios ascendentes en el mercado internacional debido a diversos factores, entre ellos, una mayor demanda, sumado a problemas de oferta. Los volúmenes exportados hacia Canadá experimentaron un crecimiento sustantivo de 377.8%,

pasando de 7,668.8 T.M. en 2010 a 36,643.2 T.M. en 2011, que junto a los mejores precios pactados permitió que los valores de exportación mostraran un crecimiento de 73.7%, mejorando el mercado del norte de América su participación de 8.5% a 12.0% en el mismo período. Al finalizar el año 2011, las negociaciones comerciales entre Canadá y Nicaragua se encontraban suspendidas, esperándose reactivarlas en el 2012.

Gráfico No. 22
Nicaragua: Valor de exportaciones hacia países seleccionados



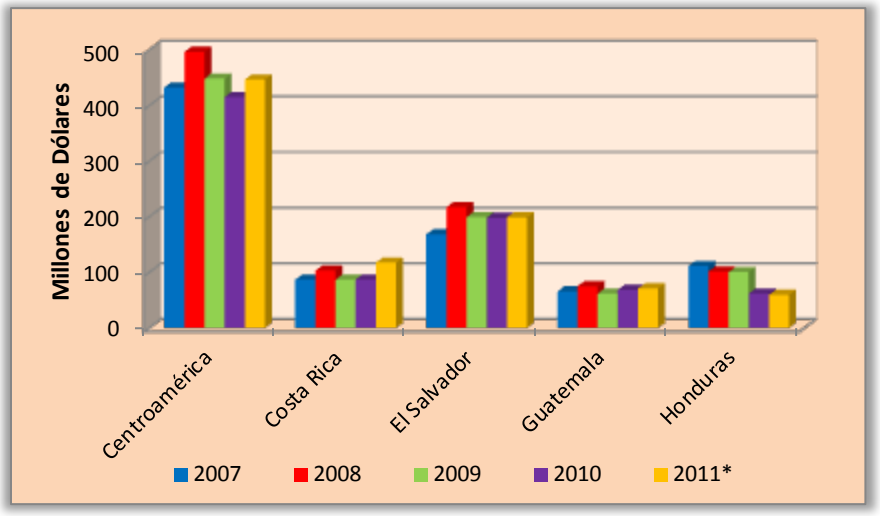
Dentro de los principales 20 destinos de la oferta exportable de Nicaragua durante el año 2011 aparecen varios países miembros de la Unión Europea como Inglaterra, España, Bélgica, Italia, Alemania, Francia y Suecia; países hacia los cuales se exportan bienes como café, camarones, maní, langosta, cueros de bovino, okras, ajonjolí, melaza de caña, ron, cacao, miel, etc., haciendo uso del Sistema General de Preferencias (SGP plus) que la Unión Europea de manera unilateral aplica a varios países, siendo uno de ellos Nicaragua, mientras entra en vigencia el Acuerdo de Asociación (ADA), que ayudará a profundizar las relaciones comerciales entre Centroamérica y la eurozona; considerándose que todavía no se han aprovechado al máximo las oportunidades que presenta el mercado de europeo de 500 millones de consumidores y un poder adquisitivo alto, a pesar de las crisis económicas que ha tenido que enfrentar.

Otros de los destinos importantes de las exportaciones nicaragüenses son Centroamérica y México. Las ventas en la región centroamericana en 2011 (Guatemala, El Salvador, Honduras y Costa Rica) obtuvieron un crecimiento de 9.3% en volumen y 7.6% en valor con relación al 2010; sin embargo, todavía están por debajo de las exportaciones registradas en el 2009, si bien la diferencia no es muy marcada, principalmente en términos de valor (USD44.9 millones en 2009 y USD44.7 millones en 2011). El mayor dinamismo la registraron las exportaciones hacia Costa Rica al crecer 19.8% en volumen y 34.8% en valor entre 2010 y 2011, ocupando la segunda posición como mercado de destino dentro de la región (USD117.5 millones); ya que El Salvador tradicionalmente ha sido el principal mercado dentro del área centroamericana para la oferta exportable de Nicaragua, captando USD198.9 millones en 2011.

Cabe destacar la reducción de las exportaciones hacia Honduras en los años 2010 y 2011, situación que originó que dicho mercado pasara del segundo al último lugar en términos de valor como

destino de las exportaciones de Nicaragua dentro de la región centroamericana. Los volúmenes exportados decrecieron de 140,359.7 T.M. en 2009 a 60,856.0 T.M. en 2011, mientras, los valores disminuyeron en USD41.2 millones entre ambos años; experimentando fuertes reducciones las ventas de frijol rojo, gaseosas, preparaciones para la industria de bebidas, ganado en pie, carne bovina y queso; donde se combinaron problemas de oferta (frijol rojo) y la imposición de trabas no arancelarias, fundamentalmente a bienes del sector agropecuario ligado a la producción de alimentos, mermando la capacidad exportadora de Nicaragua.

Gráfico No. 23
Valor de exportaciones hacia Centroamérica



Es importante mencionar el dinamismo exportador hacia Taiwán, país con el cual Nicaragua tiene en vigencia un acuerdo comercial desde el primero de enero del año 2008, afianzando las relaciones comerciales entre ambas naciones. Las exportaciones hacia el país asiático muestran mayores valores exportados en los últimos años, es decir, una tendencia creciente, solamente revertida en el 2009 como consecuencia de la crisis económica mundial; aumentando de USD5.4 millones en el 2006 a USD38.4 millones al finalizar 2011, para un incremento de 611.1%, y un crecimiento promedio en ese período de 52.7%, destacando bienes como desechos de hierro, carne bovina, camarón, azúcar, despojos de bovino, moluscos, café, entre otros.

Haciendo uso del índice de dinamismo, la metodología de cálculo indica que entre los principales destinos de las exportaciones nicaragüenses los mercados más dinámicos fueron Canadá y México, que presentaron incrementos arriba del 70.0% entre 2010 y 2011 como receptores de las ventas nicaragüenses en el mercado internacional; siguiéndole Taiwán, Panamá y la Unión Europea. Lo interesante de los datos es que el índice refleja la importancia para los exportadores de Nicaragua de aquellos mercados no precisamente tradicionales que en los últimos años han crecido en participación, lo cual es un indicativo de una mayor diversificación, estrategia comercial destinada a proteger al país de las crisis económicas mundiales.

Se siguen realizando mayores acciones para elevar las relaciones económicas, financieras y comerciales entre Nicaragua y países que tienen grandes mercados y un fuerte desarrollo económico que les ha permitido mejorar los ingresos y la demanda de sus habitantes como China, Japón, Rusia, India, Corea del Sur, Australia, Irán, etc.; que si bien todavía mantienen

participaciones muy bajas (menor al 2.0% en 2011), presentan un gran potencial para ubicar la producción exportable nacional, siguiendo uno de los objetivos principales de la política comercial de Nicaragua como es diversificar los mercados de destino, lo cual dará más fortaleza y mayor capacidad de defensa ante las crisis económicas mundiales.

Cuadro No. 16
Nicaragua: Índice de Dinamismo de las exportaciones por mercados de destino.
Millones de USD.

Países	Exportaciones		Tasa de Crec. %	Índice Dinamismo
	2010	2011		
EEUU**	606.5	694.1	14.45	0.616
Unión Europea	192.6	244.8	27.09	**1.156**
Centroamérica	415.3	446.8	7.58	0.323
Canadá	157.4	273.4	73.69	**3.144**
México	51.6	88.7	71.97	**3.071**
Venezuela	248.6	302.6	21.75	0.928
Panamá	11.0	14.5	30.96	**1.321**
Taiwán	29.3	38.4	31.27	**1.334**
Total	**1,847.8**	**2,280.9**	**23.43**	**1.000**

Elaborado por la DPCE en base a datos de la DGA. **Incluye Puerto Rico.

VI. Diversificación de las exportaciones

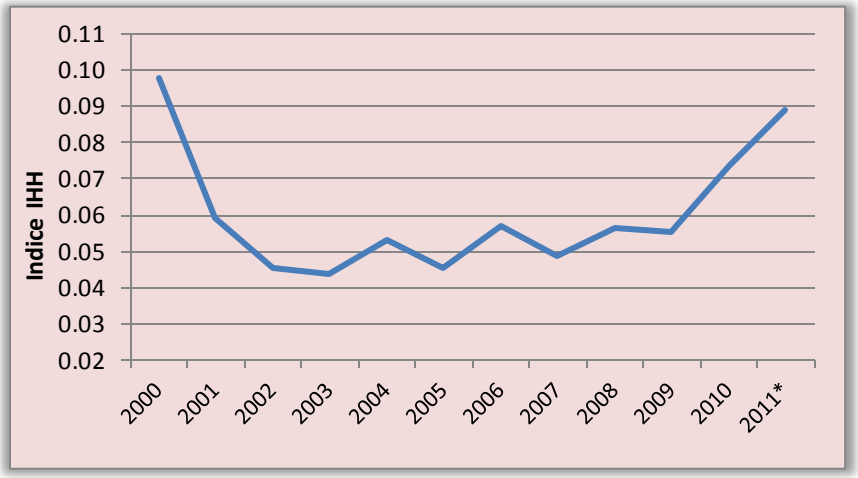
Nicaragua cuenta con un sector exportador diversificado de acuerdo a los cálculos del Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH) haciendo uso de los datos de exportación correspondientes al período 2000-2011, recordando que cuando un índice está por debajo del 0.10 puede considerarse a un proceso exportador como diversificado, escenario que se presenta en el caso de Nicaragua durante los años mencionados anteriormente. Sin embargo, el grado de diversificación de las exportaciones se redujo en 2010 y 2011 con relación a los años anteriores, con la excepción del año 2000, cuando las ventas en el mercado internacional fueron las menos diversificadas de los últimos doce años; siendo 2002 y 2003 los más diversificados.

La menor diversificación de las exportaciones en los años 2010 y 2011 no significa necesariamente que una menor cantidad de bienes se ubicaron en el mercado mundial, a pesar que en el 2011 se redujeron los rubros exportados con respecto al año anterior. La principal causa es el aumento de los valores exportados de los principales productos de exportación, como consecuencia del incremento de sus precios internacionales en los últimos años; es decir, aquellos que reflejan las participaciones más altas como el caso del café, carne bovina, oro, azúcar y maní; así como la recuperación de los precios de otros como los productos pesqueros.

Por otro lado, si bien las exportaciones por producto reflejan una menor diversificación en los años 2010 y 2011 con relación al período 2001-2009; las ventas por mercados de destino mejoraron en materia de diversificación entre los años 2007-2011, a pesar de que siguen siendo consideradas como moderadamente concentradas. En otras palabras, el grado de concentración de las exportaciones por mercado de destino se redujo en el período 2007-2011 con relación al período 2000-2006; situación que se explica por el mayor acceso a mercados como Venezuela, en el marco

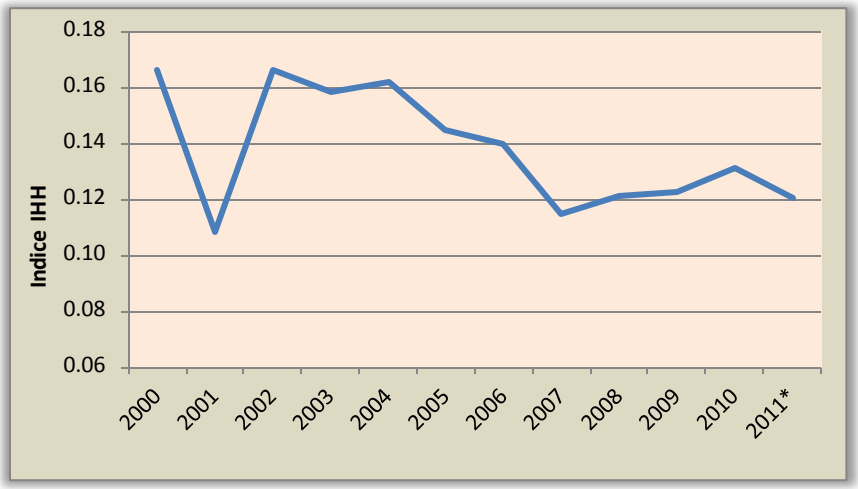
del ALBA; Taiwán, aprovechando el acuerdo comercial vigente; Canadá, hacia donde se han exportado mayores volúmenes a mejores precios; y otros como México, país con el cual Nicaragua tiene un TLC vigente; y Rusia, con un gran potencial, aunque todavía con una participación baja.

Gráfico No. 24
Diversificación o Concentración de las exportaciones por producto
Índice de Herfindahl - Hirschman (IHH)



Mientras en el año 2000 las exportaciones nicaragüenses hacia los destinos tradicionales de EEUU, Centroamérica y la Unión Europea registraron una participación de 87.5%, para el año 2011 se redujo hasta el 60.8%; solamente el mercado estadounidense bajó de 40.0% a 30.0%; el centroamericano 26.0% contra 20.0%; y el europeo disminuyó de 22.2% a 10.7%. En cambio, las exportaciones hacia mercados seleccionados como México, Venezuela, Taiwán, Rusia y Canadá, en conjunto mejoraron su participación de 7.9% en el 2000 a 31.7% al finalizar el año 2011; destacando el incremento del mercado venezolano de 0.0% a 13.3%, y el canadiense de 4.0% a 12.0%, en el mismo período. Taiwán mejoró de 0.1% a 1.7%, si bien todavía es muy bajo.

Gráfico No. 25
Diversificación o Concentración de las exportaciones por mercados de destino
Índice de Herfindahl - Hirschman (HH)



Nicaragua alcanzó la cifra histórica mayor a los USD2,200.0 millones en exportaciones en el año 2011 debido a los altos precios internacionales de sus principales productos y a la diversificación de sus mercados, mejorando ésta última durante el período 2007-2011, gracias a las políticas comerciales implementadas por el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN), estimándose una diversificación aún mayor en los próximos años, que permita no solamente incrementar exportaciones en número de bienes, sino que sirva como una medida de protección ante los desequilibrios de las economías de los principales países capitalistas desarrollados, algunos de los cuales son socios comerciales tradicionales de Nicaragua. Mercados como Venezuela, Rusia, Corea del Sur, Taiwán, México, etc. se han convertido en importantes destinos de las ventas de Nicaragua.

VII. Principales productos importados.

Los valores importados por Nicaragua en el año 2011 se ubicaron en USD5,047.3 millones, superando en 20.4% los USD4,190.8 millones en concepto de importaciones registrados en el 2010, observándose que los volúmenes importados igualmente crecieron, si bien lo hicieron en un porcentaje menor (5.8%); donde los precios internacionales de ciertos bienes y el mayor dinamismo de la economía nacional en los últimos años siguieron influenciando el desenvolvimiento del proceso importador nicaragüense, en un ambiente de estabilidad macroeconómica, libre convertibilidad de la moneda, clima de negocios apropiado, mayor desarrollo del mercado interno, mayor demanda doméstica y estabilidad social.

La estructura de las importaciones de Nicaragua durante el período analizado ha estado compuesta principalmente por bienes de extracción (petróleo y derivados), bienes industriales y algunos de origen agrícola que no se producen en el país, como el trigo y maíz amarillo, o su producción no logra satisfacer la demanda interna, en este caso el arroz. Además de los productos arriba señalados, Nicaragua importó medicinas, vehículos, aceite en bruto, láminas de zinc, aceite comestible, abonos minerales, gas propano, llantas, radios, televisores, celulares, computadoras, partes de computadoras, pan, galletas, grupos electrógenos y convertidores eléctricos, conductores eléctricos, barras de hierro, aceites y grasas lubricantes, etc.

Los volúmenes importados de petróleo crudo decrecieron en 6.4%, sin embargo, los valores de exportación se incrementaron en 29.9%, situación que estuvo relacionada al aumento de los precios internacionales del hidrocarburo y sus derivados como resultado de la inestabilidad política en algunos países que provoca reducción en la producción petrolera; mayor demanda procedente de los países emergentes; las crisis económicas todavía presentes en la mayoría de las economías desarrolladas, que obliga a usar al petróleo como un activo de defensa, propiciando una mayor demanda; y el accionar de los especuladores financieros que prevén que el precio internacional del petróleo seguirá subiendo. Los valores de diesel aumentaron en 98.2% y los de gasolina en 52.1%. La economía de Nicaragua se vio presionada en el 2011 ante el incremento de los precios de los combustibles.

Por su parte, los montos importados de vehículos para transporte de personas y zinc aumentaron durante el período analizado. Las compras de los primeros crecieron de USD68.1 millones en 2010 a USD120.7 millones en 2011, es decir, un incremento porcentual de 77.1%, sobresaliendo las importaciones de buses para el transporte colectivo con la finalidad de mejorar el servicio;

proviniendo desde los mercados de México y Rusia, mediante líneas de crédito y donaciones, respectivamente. Además, hay que agregar las importaciones de vehículos para particulares originarios de Japón, Corea del Sur y EEUU, principalmente. En el caso del zinc, las mayores importaciones se debieron al mayor dinamismo del sector construcción y a la continuación del "Plan Techo" impulsado por el GRUN, que tiene como finalidad ayudar a reducir la pobreza.

Cuadro No. 17
Nicaragua: Principales productos importados
Expresado en T.M. y Millones de USD.

Productos	2010		2011		Tasa de crec. %		Partic. % (Valor)	
	T.M.	Valor	T.M.	Valor	T.M.	Valor	2010	2011
Petróleo crudo	864,302.2	475.5	808,788.1	617.5	-6.4	29.9	11.3	12.2
Medicamentos para uso humano	8,721.5	304.1	9,930.5	269.8	13.9	-11.3	7.3	5.3
Diesel oil (Gasoil)	173,973.8	112.6	257,048.7	223.1	47.8	98.2	2.7	4.4
Gasolinas	123,940.1	95.0	148,621.7	144.5	19.9	52.1	2.3	2.9
Vehículos para transporte personas	10,267.8	68.1	17,213.5	120.7	67.6	77.1	1.6	2.4
Vehículos para transporte de mercancías	15,944.8	79.1	19,129.7	101.0	20.0	27.6	1.9	2.0
Aceite en bruto	42,550.3	43.7	50,303.3	66.8	18.2	52.8	1.0	1.3
Láminas de zinc	35,978.9	41.3	46,068.3	59.8	28.0	44.6	1.0	1.2
Aceite comestible	34,773.1	38.4	39,916.3	57.8	14.8	50.4	0.9	1.1
Abonos minerales	68,486.8	35.5	107,141.6	57.7	56.4	62.5	0.8	1.1
Trigo	111,802.6	35.4	127,027.6	56.2	13.6	58.7	0.8	1.1
Gas propano	51,104.9	43.3	49,143.0	50.4	-3.8	16.5	1.0	1.0
Llantas Nuevas	9,768.8	38.6	10,356.1	49.3	6.0	27.8	0.9	1.0
Aparatos para recepción y transmisión de voz e imagen	495.7	34.4	752.2	47.0	51.8	36.4	0.8	0.9
Teléfonos celulares	342.0	56.6	363.9	46.4	6.4	-18.0	1.4	0.9
Computadoras y sus partes	709.4	34.2	883.6	45.6	24.6	33.4	0.8	0.9
Productos de panadería, pastelería o galletería	24,547.8	37.1	26,490.3	45.3	7.9	22.1	0.9	0.9
Grupos electrógenos	7,285.4	102.4	3,133.2	43.9	-57.0	-57.1	2.4	0.9
Urea	79,382.0	25.7	89,203.0	39.8	12.4	54.6	0.6	0.8
Maíz amarillo	119,158.2	27.0	120,558.9	39.4	1.2	45.8	0.6	0.8
Conductores eléctricos	4,924.6	30.2	5,901.6	39.3	19.8	30.1	0.7	0.8
Arroz granza	105,609.6	39.4	114,847.7	38.9	8.7	-1.2	0.9	0.8
Aceites y grasas lubricantes	15,004.6	27.7	15,254.0	36.0	1.7	30.0	0.7	0.7
Barras de hierro sin alear	36,414.7	24.7	41,558.1	35.6	14.1	44.5	0.6	0.7
Residuos para alimento de animales	78,333.5	31.7	74,623.4	34.6	-4.7	9.0	0.8	0.7
Subtotal importaciones	**2023,823.3**	**1,881.7**	**2184,258.3**	**2,366.2**	**7.9**	**25.7**	**44.9**	**46.9**
Otras importaciones	**1772,293.4**	**2,309.1**	**1831,141.9**	**2,681.0**	**3.3**	**16.1**	**55.1**	**53.1**
Total importaciones	**3796,116.6**	**4,190.8**	**4015,400.2**	**5,047.3**	**5.8**	**20.4**	**100.0**	**100.0**

Elaborado por la DPCE en base a datos de la DGA. *Preliminar.

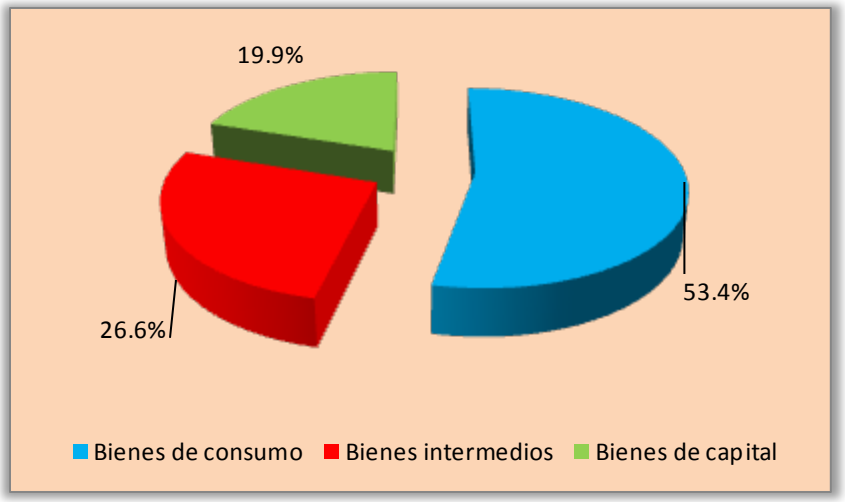
Los volúmenes importados de trigo y maíz amarillo, productos agrícolas no producidos en Nicaragua, crecieron durante el período analizado en 13.6% y 1.2%, respectivamente; no obstante,

los valores exportados reflejaron mayores incrementos en 58.7% y 45.8%, lo cual se explica en los mejores precios registrados en el mercado internacional, como parte de la espiral alcista de las materias primas y alimentos a nivel mundial, que tiene entre sus causas los problemas climáticos en los principales países productores, mayor demanda en países emergentes como China y la India, utilización de alimentos para producir biocombustibles y los fenómenos especulativos del mercado financiero como medida de protección ante las crisis económicas.

VIII. Importaciones por Uso o Destino Económico.

Los valores importados por **Uso o Destino Económico** durante 2011 muestran que las compras en el mercado internacional de **bienes intermedios** obtuvieron el mayor crecimiento en 29.4% con relación al año 2010, siguiéndole las importaciones **de bienes de capital** con 17.9% y los **bienes de consumo** en 17.4%. Sin embargo, éstos últimos fueron los que registraron los mayores montos importados al ubicarse en el 2011 en USD2,693.5 millones, superior a los USD2,294.5 millones importados en 2010, con una participación mayor al 50.0% en ambos años; sobresaliendo las importaciones de los **bienes de consumo duraderos** que crecieron en 22.8%, mayor al 21.9% y 12.9% registrados por las compras de **petróleo y derivados**, y **bienes de consumo no duraderos**; respectivamente.

Gráfico No. 26
Composición de las importaciones según Uso o Destino Económico (Año 2011)



Entre las importaciones de **bienes de consumo** durante 2011 destacaron los USD1,323.6 millones en concepto de **bienes de consumo no duraderos**, las cuales significaron aproximadamente el 50.0% de las primeras, registrando un incremento de 12.9% con relación al 2010 (USD1,172.0 millones); determinado por el crecimiento de las importaciones de los **productos alimenticios** (24.2%), **vestuario y calzado** (12.7%) y **otros bienes** (papel higiénico, cosméticos, detergente, libros, jabón, toallas sanitarias, pañales, pinturas, vajillas de plástico, fungicidas, desodorantes, cuadernos, etc.), que crecieron en 17.5%. Las compras de **medicinas** sufrieron una caída de 5.0% en términos de valor, si bien los volúmenes aumentaron en 9.0%.

Sin embargo, el mayor crecimiento porcentual durante el período analizado lo reflejaron las importaciones de **bienes de consumo duraderos** en 22.8%, si bien solamente representaron alrededor del 10.0% de las importaciones totales de **bienes de consumo**; lo cual puede explicarse a la durabilidad de los bienes, consumo y la rotación de inventarios. Aquí aparecen las importaciones de **electrodomésticos**, que se incrementaron en 13.8%; **llantas y neumáticos**, cuyas compras en el mercado internacional crecieron en 29.2%; y **otros bienes** (muebles, colchones, manufacturas de cuero, aires acondicionados, candados, juguetes, etc.), que presentaron un aumento de 25.7%.

Las importaciones de **petróleo, combustibles y lubricantes** pasaron de USD903.0 millones en 2010 a USD1,100.3 millones en 2011, significando un incremento porcentual de 21.9%, explicándose por la tendencia alcista de los precios internacionales del petróleo y sus derivados, ya que los volúmenes exportados decrecieron en 10.7%. Las importaciones de hidrocarburos en 2011 representaron el 40.9% de las compras totales de **bienes de consumo** en ese mismo año, y el 21.8% con relación al total de importaciones realizadas por Nicaragua desde el mundo. En la medida que los precios internacionales de los combustibles sigan creciendo, la factura petrolera de Nicaragua seguirá ejerciendo presión sobre la economía nacional.

Cuadro No. 18
Nicaragua: Importaciones según Uso o Destino Económico.
Expresado en T.M. y Millones de USD.

Productos	2010		2011		Tasa de crec. %		Partic. % (Valor)	
	T.M.	Valor	T.M.	Valor	T.M.	Valor	2010	2011
Total importaciones	**3796,116.6**	**4,190.8**	**4015,400.2**	**5,047.3**	**5.8**	**20.4**	**100.0**	**100.0**
Bienes de consumo	**2372,760.1**	**2,294.5**	**2297,044.6**	**2,693.5**	**-3.2**	**17.4**	**54.8**	**53.4**
No duraderos	798,710.5	1,172.0	873,843.9	1,323.6	9.4	12.9	28.0	26.2
Duraderos	61,395.8	219.5	72,287.5	269.6	17.7	22.8	5.2	5.3
Petróleo, combustibles y lubricantes	1512,653.8	903.0	1350,913.2	1,100.3	-10.7	21.9	21.5	21.8
Bienes intermedios	**1326,536.0**	**1,037.3**	**1598,656.4**	**1,342.0**	**20.5**	**29.4**	**24.8**	**26.6**
Para agricultura	266,598.4	198.5	316,043.2	255.9	18.5	28.9	4.7	5.1
Para industria	812,796.8	677.0	932,972.1	865.4	14.8	27.8	16.2	17.1
Materiales de construcción	247,140.7	161.8	349,641.1	220.7	41.5	36.4	3.9	4.4
Bienes de capital	**94,905.2**	**851.8**	**117,978.8**	**1,004.2**	**24.3**	**17.9**	**20.3**	**19.9**
Para agricultura	9,891.3	44.2	14,974.9	63.0	51.4	42.6	1.1	1.2
Para industria	37,350.1	550.9	40,858.6	591.8	9.4	7.4	13.1	11.7
Para transporte	47,663.8	256.6	62,145.3	349.4	30.4	36.2	6.1	6.9
Diversos	**1,915.4**	**7.2**	**1,720.4**	**7.5**	**-10.2**	**3.9**	**0.2**	**0.1**

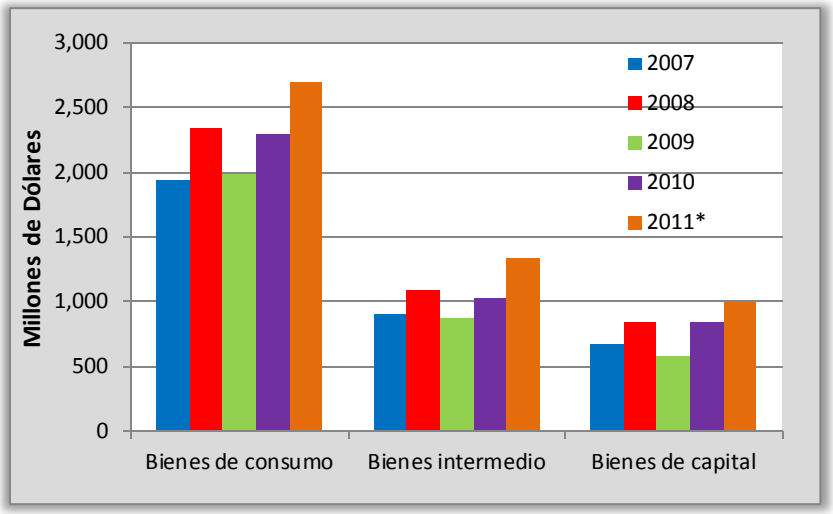
Elaborado por la DPCE en base a datos de la DGA.

Como se mencionó anteriormente las importaciones de **bienes intermedios** aumentaron en 29.4% durante el período bajo análisis, pasando de USD1,037.3 millones en 2010 a USD1,342.0 millones en 2011, mejorando su participación con respecto al total importado por Nicaragua de 24.8% a 26.6% en los mismos años; obteniendo el mayor crecimiento las importaciones de **materiales de construcción** en 36.4%, dado el mayor auge del sector en el 2011, principalmente en carreteras, caminos de penetración y viviendas. Luego aparecen las importaciones de **bienes intermedios para la agricultura**, con un incremento de 28.9%, sobresaliendo el crecimiento de las compras de

fertilizantes y agroquímicos (35.7%); y **para la industria**, que fueron los de mayor monto (USD865.4 millones en 2011), presentaron un incremento de 27.8%.

Por su parte, las importaciones de **bienes de capital** registraron un incremento de 17.9% durante 2011 (USD1,004.2 millones) con relación al 2010 (USD851.8 millones), si bien su participación con respecto al total de importaciones realizadas por Nicaragua desmejoró levemente de 20.3% a 19.9%; obteniendo el mayor crecimiento las importaciones de **bienes de capital para la agricultura** en 42.6%, aunque fueron las de menor valor importado con USD63.0 millones en 2011. Los mayores montos importados correspondieron a los **bienes de capital para la industria** con USD591.8 millones en 2011, reflejando un crecimiento de 7.4% con relación al 2010; mientras, los **bienes para el transporte** registraron un aumento de 36.2%, destacando los vehículos para transporte liviano (colectivo y familiar).

Gráfico No. 27
Nicaragua: Importaciones según Uso o Destino Económico



En resumen, la mayor actividad económica de Nicaragua durante 2011 propició que las importaciones de bienes intermedios y de capital presentaran incrementos, si bien las importaciones de bienes de consumo siguieron siendo las principales al obtener una participación arriba del 50.0% en el período analizado. En este contexto, es importante el crecimiento observado de las importaciones de bienes intermedios y de capital para la agricultura, sector sumamente importante y estratégico para el desarrollo del país, en tanto generador de alimentos, empleo, ingresos y divisas; sin olvidar la importancia de las mayores importaciones de materiales de construcción y bienes para la industria, sectores que generan valor agregado a la economía.

Otra conclusión que se deriva de los datos de importaciones realizadas por Nicaragua entre 2010 y 2011 es que buena parte de esos productos importados podrían producirse en el país, no solamente aquellos de origen agrícola, sino otros de origen industrial; cuidando la calidad de los mismos, para poder competir dentro y fuera de Nicaragua. Este proceso de sustitución de importaciones llevaría al desarrollo del mercado interno, priorizando a la pequeña y mediana empresa, política que significaría además del ahorro de divisas, mayores empleos e ingresos, lo cual como efecto multiplicador ayudaría a incrementar el consumo y la producción.

IX. Origen de las importaciones.

Al igual que en el caso de las exportaciones, los mercados de EEUU y Venezuela ocuparon los puestos uno y dos, respectivamente, como principales proveedores de los requerimientos de la economía de Nicaragua durante el período bajo análisis; registrando ambos mercados caídas en los volúmenes importados, si bien crecieron los montos de importación. En el caso de los EEUU, los valores de importación crecieron en 9.3%, aunque su participación desmejoró de 20.7% en 2010 a 18.8% en 2011, sin embargo, siguió siendo el principal socio comercial de Nicaragua. Desde EEUU se importaron medicinas, arroz, aceite en bruto, gas propano, trigo, maíz amarillo, etc., en el marco del CAFTA-DR.

Cuadro No. 19
Nicaragua: Principales proveedores de las importaciones.
Expresado en T.M. y Millones de USD.

Productos	2010		2011		Tasa de crec. %		Partic. % (Valor)	
	T.M.	Valor	T.M.	Valor	T.M.	Valor	2010	2011
EEUU (+ P. Rico)	744,742.9	868.6	705,117.1	949.3	-5.3	9.3	20.7	18.8
Venezuela	1277,221.9	742.9	1029,406.8	794.4	-19.4	6.9	17.7	15.7
China	123,070.6	365.5	139,873.3	465.4	13.7	27.3	8.7	9.2
Costa Rica	586,730.2	343.8	692,546.9	432.7	18.0	25.9	8.2	8.6
México	157,008.4	320.9	174,501.1	406.3	11.1	26.6	7.7	8.1
Guatemala	237,456.4	261.8	290,611.7	336.7	22.4	28.6	6.2	6.7
El Salvador	152,381.9	190.9	159,666.1	225.3	4.8	18.0	4.6	4.5
Antillas Holandesas	73,374.5	52.2	207,015.5	197.9	182.1	278.9	1.2	3.9
Japón	21,206.5	118.9	71,138.0	145.0	235.5	21.9	2.8	2.9
Honduras	74,942.6	99.1	91,704.8	129.6	22.4	30.7	2.4	2.6
Brasil	13,888.9	68.9	64,665.2	102.9	365.6	49.5	1.6	2.0
Corea del Sur	16,010.3	143.0	20,521.8	90.7	28.2	-36.5	3.4	1.8
Rusia	58,356.3	24.8	114,457.4	67.9	96.1	174.0	0.6	1.3
Alemania	7,618.7	49.4	11,076.9	65.0	45.4	31.6	1.2	1.3
España	11,537.3	60.3	14,613.2	54.7	26.7	-9.4	1.4	1.1
India	13,843.7	48.0	9,985.7	52.4	-27.9	9.2	1.1	1.0
Tailandia	6,444.3	42.6	7,129.0	49.8	10.6	16.9	1.0	1.0
Argentina	7,465.4	22.9	24,968.8	48.4	234.5	111.9	0.5	1.0
Canadá	25,372.2	30.3	24,359.5	36.5	-4.0	20.2	0.7	0.7
Italia	3,678.6	22.8	4,819.1	32.6	31.0	42.8	0.5	0.6
Subtotal	**3612,351.5**	**3,877.5**	**3858,178.0**	**4,683.6**	**6.8**	**20.8**	**92.5**	**92.8**
Otros países	**183,765.2**	**313.3**	**157,222.2**	**363.7**	**-14.4**	**16.1**	**7.5**	**7.2**
Total importaciones	**3796,116.6**	**4,190.8**	**4015,400.2**	**5,047.3**	**5.8**	**20.4**	**100.0**	**100.0**

Elaborado por la DPCE en base a datos de la DGA.

Luego de los EEUU aparece el mercado venezolano con USD794.4 millones en 2011, superando en 6.9% los USD742.9 millones importados durante 2010, si bien los volúmenes decrecieron en 19.4%, ya que el petróleo y sus derivados, que son los principales bienes importados desde Venezuela, registraron disminuciones en sus cantidades físicas importadas, siendo el caso del bunker el más llamativo al experimentar una caída de 91.5% en volumen y 92.8% en valor entre 2011 y 2010. En otras palabras, los mayores precios internacionales de los hidrocarburos

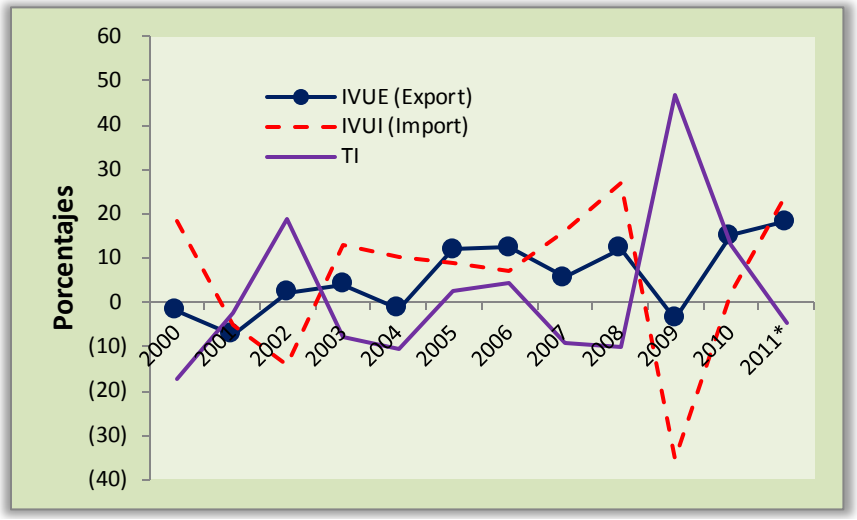
incidieron sobre los mayores valores importados de los mismos, a pesar de los menores volúmenes procedentes desde el mercado del país sudamericano.

Otros mercados suplidores de las necesidades de la economía nicaragüense fueron China, Centroamérica, México, Antillas Holandesas, Japón, Brasil, Corea del Sur, Rusia, Unión Europea, Tailandia, India, Argentina, Canadá, entre otros; relacionándose de manera comercial varios de ellos con Nicaragua mediante la vigencia de acuerdos comerciales o en su defecto, esperando la culminación del proceso de negociación; pendiente para el 2013 la vigencia del Acuerdo de Asociación con Europa.

X. Términos de Intercambio.

De acuerdo a datos del Banco Central de Nicaragua los términos de intercambio entre las exportaciones e importaciones nicaragüenses sufrieron en promedio un deterioro de 4.8% durante el año 2011 con relación al 2010; lo cual se debió al mayor crecimiento de los precios de las importaciones (24.4%) en comparación al incremento registrado de los mismos en el caso de las exportaciones (18.1%). Si bien los precios de los principales bienes exportados por Nicaragua como café, carne bovina, oro, maní, azúcar, queso y ganado en pie presentaron tendencias crecientes en la mayor parte del año 2011, sumado a la recuperación de los precios de los productos pesqueros; los precios de algunas materias primas importadas reflejaron incrementos sustantivos, principalmente el caso del petróleo y sus derivados.

Gráfico No. 28
Nicaragua: Variación interanual de los Términos de Intercambio



A pesar que los términos de intercambio sufrieron cierto deterioro en el 2011 con relación al año 2010, como consecuencia de la espiral alcista de los hidrocarburos y otras materias primas, fueron superiores a los registrados entre el 2000 y 2009, de tal forma, que los exportadores nicaragüenses siguieron beneficiándose de los mejores precios internacionales, donde se combinan elementos de oferta, demanda, reorientación de inversiones y especulación; en un ambiente de incertidumbre económica a nivel mundial dado los desequilibrios financieros que

todavía atraviesan la mayoría de los países desarrollados, que precisamente es uno de los factores que incide sobre la especulación en el comercio internacional.

Hay que recordar que en el 2009 es cuando se reflejó el mayor crecimiento de los términos de intercambio en el período 2000-2011 debido a la caída interanual del Índice de precios de las importaciones (35.4%), muy superior a la experimentada por el de las exportaciones (3.6%), todo ello como consecuencia de los efectos negativos de la crisis económica en el comercio mundial que afectó con mayor severidad los años 2008 y 2009. La caída sustantiva de los precios internacionales del petróleo y sus derivados en ese tiempo, que tienen una fuerte incidencia en las importaciones del país, fue determinante en el comportamiento de los términos de intercambio, a pesar de la caída de los precios de algunos bienes de la oferta exportable de Nicaragua.

Es importante mencionar que durante el 2011 los términos de intercambio presentaron un comportamiento irregular de sube y baja de manera mensual en la mayor parte del tiempo, sin embargo, a finales de ese mismo año (noviembre y diciembre) reflejan cierta tendencia descendente en virtud del mayor dinamismo de los precios de las importaciones (principalmente el alza continua y acelerada de los hidrocarburos) sobre el precio de las exportaciones. Existen algunas proyecciones que indican una baja en los precios de los alimentos y materias primas en el 2012 debido a la reducción de la demanda por la desaceleración económica mundial y buenas perspectivas en la oferta; no obstante, seguirán siendo inestables y altos, por lo que los términos de intercambio podrían continuar siendo favorables.

XI. Comercio de servicios.

Entre 2007 y 2011 la balanza de servicios de Nicaragua con el resto del mundo siguió presentando un déficit, si bien registró una reducción absoluta de USD282.9 millones en 2007 a USD178.0 millones en 2011, es decir, una caída porcentual de 37.1%; situación que se debió al mayor incremento de los ingresos por servicios (76.4%) que los egresos (48.1%) en el mismo período; siendo determinante en el aumento de los primeros el mayor dinamismo de todos los rubros que lo componen como Otros ingresos (1,813.5%), Comunicaciones (147.2%), Gobierno (114.2%), viajes (47.8%) y transporte (13.6%); mientras, en el caso de los egresos, las comunicaciones obtuvieron el mayor crecimiento con 512.5%, siguiéndole viajes (41.7%) y otros egresos (24.5%).

Cuadro No. 20
Nicaragua: Balanza de servicios. Millones de Dólares.

Conceptos	Años				
	2007	2008	2009	2010	2011
Ingresos	**373.6**	**526.3**	**559.8**	**573.0**	**659.5**
Transporte	44.1	45.4	45.2	47.3	50.1
Viajes	255.1	301.0	334.4	308.5	377.1
Comunicaciones	30.5	80.6	75.7	73.0	75.4
Gobierno	40.2	74.7	79.7	86.9	86.1
Otros	3.7	24.6	24.8	57.3	70.8
Egresos	**656.5**	**750.1**	**664.2**	**719.2**	**837.5**
Transporte	322.9	346.0	289.4	333.7	366.0
Viajes	177.8	219.8	191.6	205.3	251.9

Conceptos	Años				
	2007	2008	2009	2010	2011
Comunicaciones	5.6	26.9	24.3	28.7	34.3
Gobierno	31.2	34.6	36.1	32.6	37.1
Otros	119.0	122.8	122.8	118.9	148.2
Balanza de servicios	**-282.9**	**-223.8**	**-104.4**	**-146.2**	**-178.0**

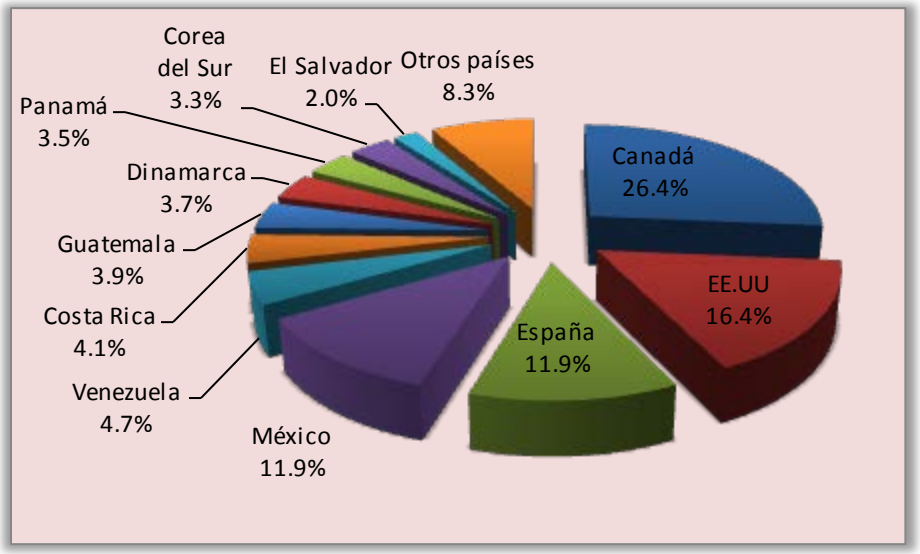
Elaborado por la DPCE en base a datos del BCN. *Preliminar.

Por su parte, la balanza de servicios por rubro indica que Viajes, Comunicaciones y Gobierno son los que presentan un superávit; contrario a Transporte y Otros ingresos que reflejan un déficit en sus operaciones económicas. Dentro de los ingresos por servicios más del 55.0% correspondió al rubro de Viajes durante el período 2007-2011, y en los egresos la mayor participación correspondió a Transporte arriba del 45.0% en los mismos años. En el año 2011 los ingresos por servicios crecieron en 15.1% con respecto al 2010, inferior al aumento de los egresos que se ubicó en 16.4%, sin embargo, el déficit se incrementó en 21.8% en el mismo período.

XII. Inversión Extranjera Directa.

La Inversión Extranjera Directa (IED) en Nicaragua ha experimentado un comportamiento positivo en los últimos años, contribuyendo al crecimiento de la economía con estabilidad macroeconómica. De acuerdo a los datos suministrados por la Dirección de Políticas de Fomento de Inversiones del MIFIC, la Inversión Extranjera Directa en el país logró la cifra histórica de USD967.9 millones en el 2011, superior en 90.5% a la IED registrada en 2010 (USD508.0 millones), es decir, USD460.0 millones adicionales; proviniendo la mayor parte de países como Canadá, EEUU, España y México, con capitales invertidos arriba de los USD100.0 millones, reflejando en conjunto una participación de 66.6% de la IED total en el año 2011.

Gráfico No. 29
Inversión Extranjera Directa según país de procedencia (Año 2011)



Los sectores económicos que captaron los mayores montos de IED en el 2011, y que además crecieron con relación al 2010 fueron energía (USD217.1 millones), destacando las inversiones venezolanas en plantas térmicas, así como otros proyectos relacionados con la generación eólica, hidroeléctrica y geotérmica; telecomunicaciones (USD160.3 millones), destinadas a mejorar la calidad de los servicios; zonas francas (USD130.2 millones), mayor dinamismo después del cierre de algunas empresas en 2009 como consecuencia de la crisis económica mundial que redujo la demanda de bienes fabricados en ese sector; comercio y servicios (USD118.4 millones), superando con creces los USD7.6 millones invertidos en 2010 (1,466.2%), sobresaliendo las mayores inversiones en supermercados y tiendas; minas (USD114.3 millones), mayor a los USD25.3 millones reflejados en 2010 (352.3%), donde los mejores precios internacionales del oro ha sido determinante para incentivar el proceso inversionista en el sector.

Es importante mencionar que durante el período 2000-2006 la Inversión Extranjera Directa en Nicaragua mostró un comportamiento irregular, con sube y baja en el tiempo, menor a los USD300.0 millones; sin embargo para el 2007 se sobrepasa esa cantidad al ubicarse en USD381.7 millones, subiendo en 2008 hasta la cifra record en ese momento de USD626.1 millones, para luego registrar una caída en 2009 al ubicarse en USD434.2 millones, si bien todavía superior a las registradas antes del 2007. Sin embargo, en 2010 y 2011 se volvió por el sendero del crecimiento al experimentar la inversión de capital extranjero incrementos en ambos años hasta lograr la nueva cifra record de USD967.9 millones. En otras palabras, la IED mostró un mayor dinamismo durante el período 2007-2011, acelerándose a partir del 2008.

Cuadro No. 21
Nicaragua: Inversión Extranjera Directa. Millones de Dólares.

Sectores económicos	Años		Tasa de	Participación %	
	2010	2011	crec. %	2010	2011
Energía	158.9	217.1	36.6	31.28	22.43
Telecomunicaciones	118.7	160.3	35.0	23.37	16.56
Zonas Francas	96.6	130.2	34.8	19.03	13.46
Comercio y servicios	7.6	118.4	1,466.2	1.49	12.24
Minas	25.3	114.3	352.3	4.98	11.81
Industria	11.3	96.2	750.3	2.23	9.94
Agrícola	0.1	47.7	45,400.4	0.02	4.93
Acuicultura	0.0	27.9	-	0.00	2.88
Turismo	51.2	26.5	-48.3	10.09	2.74
Financiero	0.0	21.1	-	0.00	2.18
Construcción	0.4	6.2	1,305.4	0.09	0.64
Forestal	36.5	1.0	-97.3	7.19	0.10
Transporte	0.0	0.5	1,368.0	0.01	0.06
Pesca	0.9	0.4	-60.8	0.18	0.04
Agropecuario	0.2	0.0	-100.0	0.05	0.00
Pecuario	0.1	0.0	-100.0	0.01	0.00
Total IED	**508.0**	**967.9**	**90.5**	**100.0**	**100.0**

Fuente: Dirección de Políticas de Fomento de Inversiones del MIFIC.

El mayor dinamismo de la IED es el resultado de la implementación de las políticas públicas del GRUN destinadas a crear un ambiente favorable para el proceso inversionista, indispensable para el crecimiento económico y la creación de empleos; sin mencionar los mayores esfuerzos

realizados por el sector privado en contribuir a la atracción de mayor inversión extranjera mediante encuentros empresariales, alianzas estratégicas y promoción de las oportunidades de inversión existentes en el país. En ese sentido, ha sido de mucha importancia el trabajo coordinado entre empresarios, inversionistas, trabajadores y gobierno para crear esas condiciones atractivas y favorables para la inversión pública y privada (nacional y extranjera).

XIII. Acciones de política comercial

CONVERGENCIA DEL TLC ENTRE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA

En el año 2011 en el marco de las negociaciones realizadas con terceros países, se logró la firma del Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y los países de Centroamérica. El objetivo de las negociaciones es de contar con una normativa común y actualizada, así como el establecimiento de instrumentos que faciliten el comercio regional.

En materia de acceso a mercado fue muy poco lo negociado puesto que el próximo año (2012) todos los productos nicaragüense podrán ingresar al mercado mexicano con arancel cero (a excepción de los excluidos del tratado). Se logro mejorar el lenguaje en materia de devolución de aranceles aduaneros para productos industriales de Zonas Francas. Se mantienen vigentes los tratamientos arancelarios establecidos antes de la convergencia.

En cuanto a los asuntos relacionados con normas de origen, procedimientos aduaneros y facilitación del comercio. Respecto a la materia normativa de las normas de origen los logros más importantes son los siguientes:

(1) El mecanismo de acumulación establecido que permite importar materias primas de cualquier país parte del acuerdo y los bienes finales producidos se considerarán originarios gozando las preferencias del acuerdo.

(2) La acumulación ampliada para productos textiles del capítulo 62 que permite importar insumos textiles de Estados Unidos y los bienes finales a México se considerará originaria.

(3) El Comité de Integración Regional de Insumos que permite a Nicaragua importar materias primas de terceros países en casos de desabastecimiento comprobados. Actualmente solo se incluyeron los insumos para la elaboración de productos textiles, cables eléctricos y bolsas de papel. Sin embargo, el reglamento está abierto a nuevas incorporaciones. Se consensuaron porcentajes en cuanto a envases y materiales de empaque, contenedores y materiales de embalaje, y juegos o surtidos. Se estableció que las operaciones mínimas no confieren origen y se armonizó el 99% de las reglas específicas de origen, permitiendo la acumulación entre todas las partes.

(4) Respecto a Procedimientos Aduaneros, se incluyeron nuevas disposiciones para facilitar el comercio. Por ejemplo, se permite la facturación en terceros países y se ampliaron los plazos para presentar los documentos que demuestran que un producto es originario.

(5) En cuanto a facilitación de comercio, se resalta el hecho que este capítulo no existía en ninguno de los acuerdos antes de la convergencia. Básicamente, lo que se pretende con esta nueva incorporación es lo siguiente: Publicación de leyes y reglamentos,

Establecimiento de procedimientos aduaneros simplificados para el despacho eficiente de las mercancías, Mantenimiento de sistemas de administración de riesgos, Automatización de los procedimientos aduaneros, Uso de los operadores económicos autorizados y de la Ventanilla Única de comercio Exterior, entre otros.

ACUERDO DE ASOCIACIÓN CON LA UNIÓN EUROPEA

El 19 de mayo del 2010 se finalizo la negociación del ADA, para el 2011 se concluyó el proceso de revisión legal y traducción de los textos del Acuerdo de Asociación, quedando pendiente la firma del Acuerdo y posteriormente los procedimientos legales para su vigencia. A nivel interno de la región se está determinado la cantidad que cada país tiene para exportar a la UE ya que la cuota es regional.

Es importante hacer notar que a pesar que Centroamérica cumplió con los plazos establecidos por Europa, el Acuerdo no ha sido firmado debido a que la Comisión Europea no ha recibido la autorización para ello, esto se debe en principio a los problemas financieros que enfrenta la Unión Europea lo que ha retrasado varios procesos a lo interno de los órganos comunitarios europeos.

Cuotas de exportación de Centroamérica a la Unión Europea

1. carne bovina de 9,500 TM anuales para C.A con crecimiento simple de 475 TM anual y 500 TM adicionales solo para Nicaragua con un crecimiento de 25 TM anuales.
2. azúcar, la cuota será de 150,000 TM anuales para toda CA -excluyendo a panamá- con un crecimiento de 4,500 TM anuales de forma indefinida, y se incluyen en esta cuota todos los productos con alto contenido de azúcar.
3. Para el banano, Nicaragua consiguió una desgravación que inicia en el año 2010, partiendo de 148 euros por TM hasta llegar a 75 euros por TM en el 2020, con cláusula de estabilización de mercado para Nicaragua de 10,000 TM con crecimiento de 500 TM anuales hasta llegar a 14,500 TM en el año 2020, y cláusula de revisión a los 5 años;
4. La cuota regional para el arroz es de 20,000 TM anuales con crecimiento del 1,000 TM anual de forma indefinida
5. La cuota anual de confección de textiles para Nicaragua es de de 8.75 millones de unidades, con crecimiento del 9% anual por 5 años, y con regla de origen de simple transformación, es decir, se permite la importación de insumos de cualquier parte del mundo.
6. La cuota anual de para el almidón de yuca (5,000 TM anuales),
7. La cuota anual de ajo para la región es de 550 TM anuales,
8. La cuota anual de hongos o champiñones para la región es de 275 TM,
9. La cuota anual de maíz dulce procesado para la región es de 1,440 TM con incremento anual de 120 TM,
10. La cuota anual de ron a granel (7,000 hectolitros con crecimiento de 300 hectolitros anuales), excluyendo Panamá.

11. En Atún (lomos) se logró flexibilizar la norma de origen en el cual la Tolerancia para materia prima no originaria (15%) y se estableció una cuota regional de 4,000 TM. Además se permite la acumulación México y Chile.
12. En Plásticos: La cuota regional con regla de origen flexibles es de 5,000 TM (partida 3920).
13. En Arneses y conductores eléctricos: La cuota regional es de 20,000 TM.

Cuotas de importación procedente de la Unión Europea a Centroamérica

1. En quesos maduros (se excluyen los quesos frescos), se otorgó a la UE una cuota regional de 3,000 TM de las cuales para Nicaragua le corresponden 400TM anuales con crecimiento de 20 TM anuales. Sin desgravación fuera de cuota y con arancel fuera de cuota que oscila entre 0% y 40%.
2. En Leche en Polvo, se otorgó a la UE una cuota regional de 2,000 TM anuales, de las cuales para Nicaragua corresponden 200 TM con crecimiento de 10 TM anuales, sin desgravación fuera de cuota y con arancel fuera de cuota de 60%
3. En jamones maduros y tocino entreverado se otorgó a la UE una cuota regional de 1,800 TM con 5% de incremento anual a 15 años de desgravación.
4. En lacto suero se otorgó a la UE una cuota regional de 100 TM con 10% de incremento anual para llegar en 3 años a libre comercio.

TRATADO DE LIBRE COMERCIO CENTROAMÉRICA – CHILE

El 22 de febrero del 2011 se firmó el protocolo bilateral Nicaragua- Chile y el 31 de agosto se aprobó por parte de la Asamblea Nacional de Nicaragua el Tratado de Libre Comercio Centroamérica – Chile y su Protocolo Bilateral Nicaragua – Chile. **(DECRETO A. N. No. 6502)** Con respecto a Chile Nicaragua cumplió con todos los pasos necesarios para poner en vigencia el Acuerdo, sin embargo todavía se requiere que Chile lo apruebe en su Asamblea Legislativa para que el Acuerdo entre en vigor.

Nicaragua consiguió con Chile que a la entrada en vigor del Acuerdo un 97.62% del universo arancelario tenga acceso inmediato con 0% de arancel y a cambio Nicaragua otorgo a chile el 66% de su universo arancelario con acceso del 0% de arancel, el resto se desgravará a 5, 10 y 15 años. Dentro de los productos que ambos países podrán intercambiar libres de aranceles están el **alcohol etílico, ron, aguardiente, vino, despojos de bovino, frijoles, maní, yuca, malanga, camarones, productos ferreteros, cacao, banano, frutas frescas y tropicales, algunos cuero y calzado, trigo, cigarros, galletas dulces entre otros.**

ALBA

En el marco del proceso de integración de la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA) se ha dado el inicio de los trabajos de complementación comercial del ALBA-TCP (Tratado de Comercio de los Pueblos), mediante una propuesta denominada ECOALBA, que define los lineamientos para el establecimiento del Espacio Económico de ALBA. Adicionalmente, en el

marco de la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América se iniciaron las negociaciones bilaterales con Cuba y se continuaron las negociaciones con Ecuador.

ALADI

Por otra parte, en el proceso de profundización de la integración de Nicaragua a América Latina y el Caribe, se logró la aprobación el 11 de agosto de 2011 de la Adhesión de Nicaragua a la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) en carácter de País de Menor Desarrollo Relativo. El carácter con que ingresa nuestro país a ALADI, permitirá la posibilidad de aprovechar el Trato Especial y Diferenciado consignado en el Tratado de Montevideo (TM80).

Una vez que se complete el proceso de adhesión a ALADI nuestro país gozará de la Preferencia Arancelaria Regional con el consecuente beneficio de acceso a los mercados de los países miembros de este esquema de integración, Adicionalmente, nuestro país tiene la posibilidad de beneficiarse de las preferencias unilaterales que los países miembros de ALADI se otorgan entre sí.

Integración Regional y Unión Aduanera de Centroamérica

Se avanzó en el proceso de negociación de la Unión Aduanera Centroamericana, particularmente en el perfeccionamiento de la normativa comercial intrarregional, entrada en vigencia del Convenio Marco de la Unión Aduanera, y en la eliminación de obstáculos técnicos al comercio.

En materia de facilitación del comercio regional, se apoyó al sector privado, mediante las gestiones administrativas con las instituciones vinculadas al comercio regional. En ese sentido se superaron problemas de acceso a los mercados de **El Salvador, Guatemala y Honduras**, logrando resolver trabas para la comercialización de **carne, frijoles y productos lácteos**, fundamentalmente. Asimismo, se consensuaron normativas regionales en diversos temas, así como modificaciones arancelarias a través de 12 resoluciones del COMIECO.

Organización Mundial de Comercio

En lo relacionado con la Organización Mundial de Comercio (OMC), Nicaragua participó activamente en las negociaciones en dicho foro, particularmente en: Facilitación de Comercio y Servicios. No obstante la participación activa del país en los distintos temas y grupos, no se lograron mayores avances debido al estancamiento de las negociaciones de la Ronda Doha para el Desarrollo en temas centrales de la misma, particularmente los sensibles para las Economías Pequeñas y Vulnerables, como Nicaragua, tales como: los productos agrícolas.

Medidas para la estabilización del mercado y de los precios

Se emitieron 14 contingentes arancelarios de importación y convocatorias destinados al abastecimiento de materias primas para la producción nacional y del consumo. Los productos

abarcados son: ***arroz granza, arroz oro, quesos, maíz amarillo, maíz blanco, helados, café instantáneo, cebolla, frijoles rojos, chalotes, pollo, carne bovina, carne de cerdo, salsa de tomate, leche en polvo y sirope de maíz.***.

En el proceso de aseguramiento de estabilidad de los precios de mercado interno, se emitieron 2 acuerdos de salvaguardias especiales de importación, lo que permitió mantener y mejorar el bienestar entre los consumidores nicaragüenses, estas Salvaguardias incluyen productos de primera necesidad e insumos para la producción industrial tales como: ***Guantes, Mascarillas, Harina de trigo, Otros productos elaborados a base de avena y cebada, Pastas alimenticias, Cera vegetal de palma, Avena en hojuelas, Cebada en grano, Sardinas, Preparaciones para sopas, Desodorantes, Jabones de tocador, Lámparas, Cepillos de dientes, (Aceite comestibles de soya, maní, oliva, palma, girasol, algodón, coco, almendra de palma y maíz), Aceite en bruto de palma y soya, Preparaciones alimenticias elaboradas a base de soya y Productos laminados planos de hierro o acero.***