



## INFORME DE AVANCE

**“Estudio de mercado de sistemas agrícolas sostenibles para fomentar el desarrollo empresarial rural en la Reserva de la Biosfera Río San Juan, Nicaragua”**



**FUNDACIÓ KONTRAST**  
Convocatoria de Ayudas a la Investigación 2007

*“Estudio de mercado de sistemas agrícolas sostenibles para fomentar el desarrollo empresarial rural en la Reserva de la Biosfera Río San Juan Nicaragua” Amigos de la Tierra España*

## **Introducción.**

Desde 1994 con apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI), Amigos de la Tierra-España (AdTE) ha centrado sus actuaciones en Nicaragua en la implementación del Plan de Manejo del Refugio de Vida Silvestre Los Guatuzos, (RVSLG). Esta micro región perteneciente al departamento de Río San Juan en la parte sur oeste de Nicaragua, es políticamente administrada por la Alcaldía Municipal de San Carlos y se caracteriza por tener una economía de subsistencia y la ocurrencia de muy bajos índices de desarrollo humano.

Desde entonces, Amigos de la Tierra ha desarrollado actividades de gestión social, ambiental y económica en las que se han encontrado factores que reducen sus posibilidades de ejecución.

En el aspecto económico, desarrollar un mercado sólido con posibilidades de comercialización justa marca las pautas hacia la mejora de las condiciones económicas de las comunidades del RVSLG, teniendo en cuenta que la comercialización justa es un tipo de comercio que surge de una relación libre, directa y honesta entre los productores y consumidores.

El documento que se presenta contiene como producto principal la estrategia de comercialización para los pequeños y medianos productores de esta región. La misma es el resultado de un estudio conjunto entre Amigos de la Tierra España en Nicaragua y el Proyecto Integral MARENA-ARAUCARIA, al cual se ha sumado la Fundación Kontrast mediante el aporte financiero para la ejecución exitosa del mismo.

La estrategia que se presenta es producto del esfuerzo integrado de productores y productoras así como de extensionistas agrícolas del proyecto binacional que laboran para **Amigos de la Tierra**, que brindan asistencia técnica a los productores de la micro región; la garantía del éxito de estas iniciativas está correlacionada con el nivel de empoderamiento de los principales beneficiarios.

El documento está estructurado de la siguiente manera:

En el acápito I, se presenta la ubicación geográfica del proyecto así como los antecedentes y la justificación del proceso de desarrollo de comercio justo en el RVSLG.

En el acápito II, se presenta un breve diagnóstico biofísico de las comunidades donde se ubican las unidades productivas de los productores. Se muestran aspectos tales como: ubicación geográfica, problemática de manejo de recursos locales, caracterización tanto del sistema productivo como del sistema de comercialización actual.

En el acápito III, se muestran los objetivos generales y específicos del estudio, la metodología empleada para formular una propuesta de estrategia de comercialización basada en el estudio de mercado (el cual se desarrollará en el mes de Noviembre con la finalidad de integrar información cuantitativa y cualitativa al estudio). La metodología presentada ha sido científicamente probada en países como Colombia y Costa Rica; y para el caso que nos ocupa, la misma se ha implementado de manera participativa con los productores y productoras: los objetivos, los logros alcanzados y los puntos clave de discusión desarrollados en las mesas de trabajo son los que se presentan en el presente informe.

En el acápito IV se presenta la estrategia de comercialización resultado del estudio de mercado, considerando las actividades clave definidas en la propuesta metodológica. Para ello se parte de:

- La identificación de factores que afectan el avance y desarrollo de una comercialización de productos elaborados en Los Guatuzos. Se presenta una matriz DAFO<sup>1</sup> del territorio enfocado

---

<sup>1</sup> Matriz de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. Las debilidades y Fortalezas se obtuvieron del Evaluación Rápida realizada a miembros de la cooperativa, así como de la revisión del informe presentado por los lic; Olga Picado e Hilario Mendoza. Ver metodología de aplicación.

principalmente en los aspectos de comercialización, lo cual permite a su vez identificar las ventajas competitivas que permitan desarrollar un comercio sólido, justo y seguro en el RVSLG.

○ Búsqueda de líneas adecuadas de comercialización con la finalidad de insertar a los productores y sus rubros productivos en los canales de comercialización existentes tanto en el departamento de Río San Juan, propiamente en el mercado local de San Carlos (para el caso de los granos básicos que se producen en la zona) como en los mercados localizados en los cantones de Upala, México y Los Chiles ubicados en Costa Rica.

Finalmente, el acápito V muestra las principales líneas de acción que permita concretar la estrategia propuesta, así mismo se presentan las conclusiones y recomendaciones del estudio.

En la actualidad se ha avanzado en un 60% en la realización del estudio, que se completará en la primera semana de Diciembre de 2008.

### **Ubicación del proyecto.**

La región binacional del Corredor Biológico Caño Negro – Los Guatuzos es un área geográfica transfronteriza de gran relevancia para la conservación de los recursos naturales compartidos entre Nicaragua y Costa Rica.

El “Refugio de Vida Silvestre Los Guatuzos” goza de los humedales más extensos y mejor conservados, no solamente del país, sino también de Centroamérica<sup>2</sup>.

El decreto presidencial N° 527 de 1990 respalda jurídicamente este “Refugio de Vida Silvestre” que cuenta con un área de 43,750 hectáreas.

En la región predomina un clima de trópico húmedo el cual genera muchos meses de invierno y una topografía con terrenos planos con un drenaje difícil, además una rica naturaleza ecológica con una amplia biodiversidad, que favorece la reproducción y avistamiento de aves. Este humedal ha sido declarado de importancia internacional por la Convención Intergubernamental de Humedales conocida como convención Ramsar, lo cual le confiere un gran valor desde el punto de vista ecológico y económico, en especial por el potencial de desarrollo agroturístico que este ecosistema representa.

#### **1.1. Grupo meta y comunidades de referencia.**

En total en este proceso participan 20 productores de los cuales 15 son hombres y el restante son mujeres, los mismos provienen de las comunidades de Papaturo, Pueblo Nuevo N° 1 y N° 2, El Camíbar, el Valle de Guadalupe y Pénjamo. La edad media de estos productores es de 49 años y su núcleo familiar en promedio la integran 8 miembros.

En total se tiene registro del área cultivada en las comunidades<sup>3</sup> de Papaturo y Pueblo Nuevo N°1 lo cual totaliza aproximadamente 229.38 hectáreas dedicadas fundamentalmente a la producción de cacao (convencional y orgánico), frijoles, arroz, maíz, musáceas, chile picante, pitahaya y naranja dulce. Cabe destacar que como una iniciativa del proyecto se está incursionando en cultivos no tradicionales como: la pimienta, canela, y mamón chino (Rambután).

#### **1.2. Antecedentes y justificación.**

Desde Julio del 2006 hasta Junio de 2008, AdT ha desarrollado en la zona el proyecto Fortalecimiento de las capacidades locales para propiciar el desarrollo sostenible en la región binacional del Corredor Biológico Caño Negro – Los Guatuzos en el departamento de Río San Juan, Nicaragua.

Una de las líneas de acción del proyecto estaba enfocada en fortalecer las capacidades locales en gestión empresarial rural de los productores ubicados en el RVSLG, ello se justifica por los grandes desafíos que enfrentan los productores para comercializar los bienes agrícolas que producen. Las nuevas reglas de mercado así como la globalización económica, con la concomitante exigencia de aumentar la competitividad del sector rural —en general— y de los pequeños productores y productoras —en particular— Al mismo tiempo, la liberalización del comercio internacional expresada en los recientes tratados de libre comercio que ha firmado el país, se percibe como oportunidad y como una amenaza para las débiles economías rurales, en especial para la ubicadas en el Refugio. Siendo así, los pequeños productores (as) ubicados en el RVSLG enfrentan muchos retos para la

<sup>2</sup> *Diagnóstico comunitario Comunidades del Refugio de Vida Silvestre, Proyecto Fortalecimiento Municipal y Desarrollo Democrático, Alcaldía de San Carlos, Gobierno Vasco y Solidaridad Internacional, 2005.*

<sup>3</sup> *No se tiene registro del área cultivada de las restantes comunidades. Nota del consultor.*

comercialización de sus productos agropecuarios lo cual exige que los mismos estén preparados y capacitados para enfrentar dichos requisitos de mercado.

Con base a esta exigencia **Amigos de la Tierra** está apostando por la identificación de mercados con alto valor agregado en el cual puedan participar los productores (as) del RVSLG. Para ello, es necesario que el gremio de productores posean los conocimientos sobre gestión empresarial<sup>4</sup> desde su propia realidad que les permita enfrentar los retos de estas nuevas formas y mecanismos de comercio. Esto puede apreciarse en el objetivo general del proyecto el cual consiste en elevar los niveles de desarrollo humano y fomentar la integración de la región binacional del Río San Juan, Nicaragua-Costa Rica.

En sus objetivos específicos este proyecto contempla promover el desarrollo socioeconómico sostenible en las comunidades transfronterizas y como parte de sus resultados esperados, el mismo propende por fortalecer capacidades de organizaciones productivas locales para el establecimiento de redes empresariales a nivel binacional.

La organización empresarial aumenta los beneficios económicos y sociales de las actividades productivas orientadas al mercado, permitiendo reducir costos de producción y comercialización, crear vínculos con otros actores de cadenas productivas y proveedores de servicios, generar conocimientos y agregar valor a los productos. En el caso que la producción se dirija a determinados nichos de mercado, (como es el caso de la producción de cacao orgánico para la exportación), la organización empresarial es imprescindible para cumplir con los requisitos de certificaciones orgánica y de comercio justo. A la vez, permite definir de forma eficaz su demanda por servicios técnicos, empresariales y financieros para aumentar sus capacidades técnicas, gerenciales y financieras.

En este sentido, Amigos de la Tierra, pretende fortalecer las capacidades de los (las) productores (as) en materia de comercialización campesina. Los objetivos que persigue este estudio son los siguientes:

### ***I. Objetivo General.***

Fortalecer la gestión empresarial de las organizaciones productivas del Refugio de Vida Silvestre Los Guatuzos, departamento de Río San Juan, a través de un estudio de mercado de productos agrícolas que se producen en el sureste de Nicaragua.

#### ***a. Objetivos específicos:***

- 1) Realizar un estudio de mercado para productos agrícolas que se producen en el Refugio de Vida Silvestre, e insertarlos en mercados justos.*
- 2) Presentar una estrategia de comercialización para los siguientes productos agrícolas: cacao, frijol negro, arroz y maíz. La misma debe incluir objetivos, métodos, resultados esperados y cronograma inicial a partir de lo estipulado en las actividades del proyecto.*

#### ***b. Actividades claves:***

- i. Identificar los factores que afectan el avance y desarrollo de una comercialización de productos agrícolas elaborados en Los Guatuzos.*

---

<sup>4</sup> Al momento que se desarrollaba este estudio paralelamente se estaba conformando la Cooperativa Multisectorial de Cacao Orgánico de Los Guatuzos, la cual vendrá a configurar el entorno empresarial y emprendedor de los miembros que la integran.



- ii. *Identificar líneas adecuadas de comercialización con fines de insertar a los productores en los mercados locales con los cuales tradicionalmente han desarrollado sus transacciones.*
- iii. *Identificar las ventajas competitivas sobre las cuales se deberá desarrollar un comercio sólido, justo y seguro en El Refugio de Vida Silvestre Los Guatuzos.*

Para el logro exitoso de este proceso, desde el punto de vista metodológico, se propuso desarrollar el estudio en cuatro fases, las cuales se describen a continuación:

1. Reconocimiento de los recursos, capacidades y estrategias locales. (enfoque de medios de vida).
  - a. Los resultados de esta fase son: identificados productores, inventario de recursos, capacidades y estrategias locales desarrolladas, entendimiento del contexto de la vulnerabilidad del entorno de mercado de la región.
2. Identificadas las oportunidades de mercado y mercadeo (enfoque multcadena).
  - a. Resultados: cadenas productivas promisorias identificadas, Oportunidades, requerimientos y limitaciones para el desarrollo empresarial rural en las cadenas priorizadas identificados, lista de recursos y capacidades requeridas para responder a dichas oportunidades.
  - b. Fase de formación: Realización de seis talleres con la finalidad de desarrollar capacidades financieras, administrativas y organizativas tanto a nivel individual como de las juntas directivas de la cooperativa del RVSLG.
  - c. Realización de encuestas a comerciantes de granos básicos del mercado de San Carlos.
3. Planificación de la Organización Empresarial: requerimientos organizativos para el desarrollo de las iniciativas empresariales rurales definidas.
  - a. Resultados: Identificadas las deficiencias de recursos y capacidades de la iniciativa empresarial para responder a las necesidades y requerimientos de mercado y mercadeo. Asistencia técnica, capacitación y recursos financieros requeridos para superar las deficiencias en recursos y capacidades analizados.
4. Plan de organización empresarial para cada rubro a desarrollar.

## **II. Metodología.**

Desde el punto de vista metodológico el enfoque en el hogar se toma como punto de partida para la toma de decisiones en la organización empresarial, el uso del análisis de medios de vida como eje transversal en el proceso de organización empresarial, nuestro enfoque multcadena para la identificación de oportunidades de mercado y mercadeo en múltiples cadenas productivas, y el análisis estratégico apoyado en matrices de fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades para definir la estrategia de comercialización coherente con las potencialidades del territorio.

## 2.1. Enfoque en el hogar como punto de partida para tomar decisiones empresariales.

Las empresas se conforman por personas, quienes forman parte de hogares que disponen de diversos recursos, capacidades y estrategias de vida. La decisión de participar en una iniciativa empresarial y cómo participar en ella, es resultado de un análisis implícito o explícito de las ventajas y desventajas de esa participación en el contexto de la estrategia integral del hogar. Si ignoramos esta realidad, al enfocar en la comunidad o el productor individual como punto de partida, corremos el riesgo de obviar factores clave que pueden contribuir al éxito o fracaso de la iniciativa.

El hogar existe dentro de un contexto mayor, conformado por la comunidad, el territorio y el entorno macro (Fig. 1.). La estrategia propuesta reconoce la importancia de los vínculos micro y macro que conectan el hogar con los diferentes niveles del ámbito y que inciden sobre las decisiones tomadas por él.

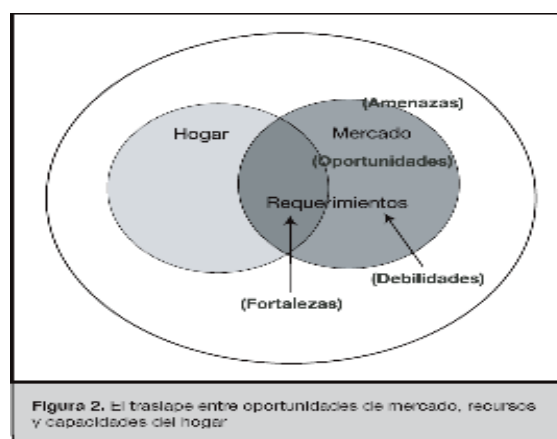


## 2.2. Uso de análisis de medios de vida como marco transversal en el proceso de organización empresarial.

Consistente con el enfoque del hogar como punto de partida para la toma de decisiones en la formación empresarial rural, la estrategia se apoya en el análisis de los medios de vida sostenibles como eje transversal de análisis durante el proceso de organización empresarial. El análisis de los recursos y capacidades de los hogares se basa en los cinco activos de los medios de vida (capital natural, humano, social, físico y financiero).

Este marco permite identificar las fortalezas con las cuales cuentan los integrantes de la iniciativa. Las oportunidades de mercado y mercadeo se analizan de acuerdo a sus exigencias en términos de los cinco capitales, generando un análisis de debilidades del grupo (Fig. 2.).

El análisis del contexto de vulnerabilidad, utilizado en la metodología de medios de vida sostenibles promovido por el Departamento de Desarrollo Internacional del Gobierno del Reino Unido (DFID) y otros organismos internacionales<sup>5</sup>, provee un panorama sobre las amenazas que enfrenta el grupo. Estas amenazas pueden surgir en forma de desastres naturales, cambios bruscos del mercado u otros aspectos del entorno en el cual los hogares funcionan. El resultado de este análisis suministra un marco para el desarrollo de un sistema de comercialización el cual es el resultado de este proceso de consultoría y que se expone en el próximo acápite.



<sup>5</sup> Metodologías desarrolladas por: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, por sus siglas en inglés), Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT), Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo (SNV, por sus siglas en holandés) y Comisión para la Cooperación Ambiental (CCA).



### 2.3. Enfoque Multicadena.

El enfoque multicadena refleja el énfasis en las estrategias integrales de los hogares que participan en la iniciativa. Es evidente que la mayoría de los hogares que conforman los pequeños productores y productoras rurales deriva sus ingresos de una variedad de fuentes: vende su mano de obra en el campo y/o en la ciudad, recibe transferencias de familiares (que han migrado de forma permanente o temporal) y producen para el autoconsumo. A la vez, los hogares interactúan de diferentes maneras con el mercado, al vender productos agropecuarios y/o forestales desde su finca mediante intermediarios, directamente en mercados locales o indirectamente a través de iniciativas empresariales o empresas rurales en mercados nacionales e internacionales.

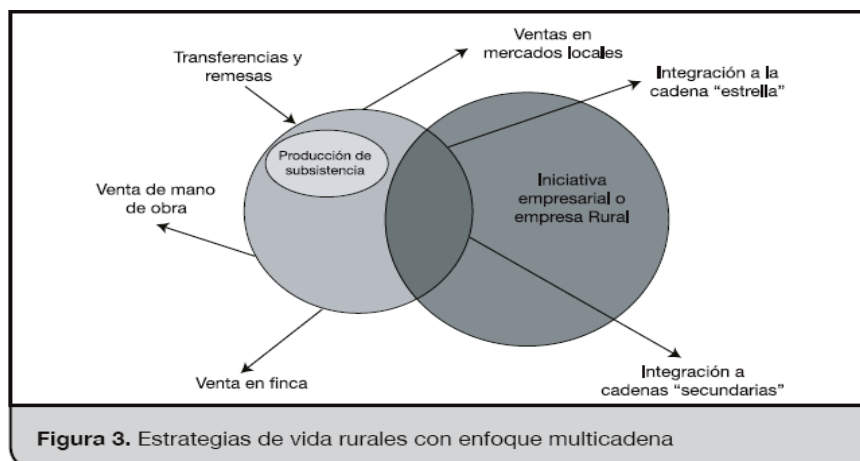


Figura 3. Estrategias de vida rurales con enfoque multicadena

Independiente de las formas de inserción al mercado, los pequeños productores y productoras rurales suelen estar vinculados con múltiples cadenas productivas, sean ellas de carácter local, regional, nacional o internacional. Esta situación se puede visualizar en la Figura 3.

El enfoque multicadena reconoce esta realidad y propone fortalecerla a través de la identificación de oportunidades de mercado y mercadeo en las diferentes cadenas para los productos actuales y potenciales, provenientes de los productores (as) rurales.

#### Diagnóstico rápido de los sistemas de producción.

Para realizar tal análisis a niveles sucesivos, se utilizan conceptos operativos del enfoque sistémico, organizados según un orden jerárquico, correspondiente a los diferentes niveles de organización de la comunidad rural:

- i. El ecosistema,
- ii. El agro-ecosistema,
- iii. El sistema agrario al nivel de la comunidad y de la micro-región,
- iv. El sistema de producción al nivel de la explotación familiar,
- v. El sistema de cultivo al nivel de la parcela cultivada,

Siendo que un sistema es "un conjunto de elementos en interacción dinámica, organizados en función de un objetivo", la aplicación del enfoque sistémico a cualquier objeto estudiado, por ejemplo la unidad de producción campesina no se reduce a la descripción, por buena que sea, de cada uno de los elementos constitutivos, sino que debe permitir dar respuestas a las siguientes preguntas:

¿Cuáles son los elementos que lo constituyen?

¿Cuáles son las interdependencias existentes entre éstos?

¿Cómo están organizados para cumplir el objetivo?

¿Cuál es el objetivo?

¿Cuál es la dinámica de evolución del conjunto?

Todas estas interrogantes se debatieron con los productores y la respuesta a estas permitió derivar lo siguiente:

El sistema productivo está caracterizado por tener un propósito de subsistencia y que el excedente que producen pueden comercializarlo en mercados ubicados tanto en San Carlos, por el lado de Nicaragua, como en Costa Rica. Para el caso del primero se ha estimado que cerca del 25% de este excedente es comercializado en el mercado municipal de San Carlos. Los bienes que generalmente se compran en estos mercados una vez realizada la producción lo conforman bienes perecederos y en general, alimenticios. Los productos que comúnmente se comercian en estos mercados son: cacao fermentado (orgánico y convencional), musáceas y cítricos.

Productos como el frijol negro, maíz y arroz normalmente se comercializa en Costa Rica, en mercados ubicados en los cantones de Upala y Los Chiles donde tienen identificados los intermediarios. La tabla que se muestra a continuación muestra estas dinámicas.

**Tabla 1. Rubros clave y dinámica económica**

Productos	Mercados identificados	Precios buenos (C\$)	Precios malos (C\$)	Problemas identificados
<b>Cacao</b>	Upala Costa Rica, Daniel López. Rosa San Carlos - Nicaragua	Agosto-Sept. 2000.00	Octubre- Noviembre 1500.00	Malos caminos, grandes distancias, presencia de plagas y enfermedades, monos que se comen a los frutos, falta de acceso a crédito y asistencia técnica de parte de INTA y MAGFOR, poca presencia institucional de ninguno de los dos Gobiernos tanto nicaragüense como costarricense.
<b>Frijol</b>	Cooperativa de México de Upala	Marzo y Abril 457.00	Resto del año, los precios son variables	Malos caminos, grandes distancias, presencia de plagas (babosas, conchas, grillo, aves), malas prácticas de cultivos y enfermedades. Falta de acceso a crédito y asistencia técnica de parte de INTA y MAGFOR, poca presencia institucional de ninguno de los dos Gobiernos tanto nicaragüense como costarricense.
<b>Arroz</b>	<i>Auto consumo (70%). El Restante es comercializado en los mercados locales ubicados en los cantones fronterizos de Costa Rica.</i>			Malos caminos, grandes distancias, presencia de plagas y enfermedades, maya, roedores, aves. Sequías, falta de acceso a crédito y asistencia técnica de parte de INTA y MAGFOR, poca presencia institucional de ninguno de los dos Gobiernos tanto nicaragüense como costarricense.
<b>Maíz</b>	Juan Acevedo, Upala de Costa Rica	Septiembre a Octubre 142.00		

### **Priorización de problemas de comercialización:**

Se procedió a la realización de un auto diagnóstico del actual sistema de producción presente en la finca, considerando fundamentalmente los siguientes aspectos:

1. Mapeo productivo de la comunidad y ubicación de parcelas en mapas elaborados con los productores.
2. Rubros que produce actualmente el productor en su finca y rubros potenciales con potencial productivo y de mercado.
3. Problemática asociada a los aspectos de comercialización para cada uno de los rubros.
4. Problemática asociada a los aspectos de calidad y rendimientos productivos.

### **Respecto a los mercados:**

- a. Se procedió a realizar una caracterización rápida de los sistemas y canales de comercialización que actualmente emplean los productores.
- b. Se hizo la construcción participativa del mapeo de actores relevantes en la cadena de comercialización

### **Resultados del diagnóstico rural rápido.**

Conscientes de que todo proceso que busque una mejora en el nivel de bienestar del grupo meta (en nuestro caso productores y productoras del RVSLG) debe basarse en la construcción de propuestas para la acción transformadora de (y desde) los individuos y para el colectivo, se convocó a los productores beneficiarios del proyecto así como a técnicos extensionistas agrícolas. En total se invitaron a 20 productores, de estos asistieron a los talleres un total de 14 productores (3 mujeres), para una representación del 70% de la muestra total de productores.

Al taller asistieron productores de la comunidad de Papaturre, que es la sede de la micro-región V integradas por las comunidades de: Jumuzá, Valle de Guadalupe, Pueblo Nuevo N° 1, Pueblo Nuevo N° 2, El Camíbar, Santa Elena y Papaturre. En total se han identificado 25 núcleos familiares<sup>6</sup> en esta micro región.

Papaturre es una comunidad eminentemente de vocación agrícola, la cual es su principal fuente de trabajo e ingresos. En esta zona se cultiva principalmente cacao convencional y orgánico, frijoles, arroz, maíz, musáceas, chile picante, pitahaya y naranja dulce.

Respecto al cultivo de arroz, en promedio cada familia cultiva aproximadamente media hectárea, lo cual totaliza aproximadamente 12 hectáreas, con una producción total de aproximadamente 11,500 kilos<sup>7</sup>. La producción de arroz es destinada en un 75% al consumo familiar y el excedente se comercializa en los mercados mencionados.

---

<sup>6</sup> Diagnóstico municipal de la Situación comunitaria de la mujer y grupos vulnerables en San Carlos. Comunidad de Papaturre.

<sup>7</sup> Las unidades de medida se expresan en Kilogramos debido a que este es el sistema empleado en las transacciones que realizan los productores con sus mercados de referencia.

El rubro maíz, en cuanto a área producida tiene comportamiento similar al arroz; la cantidad producida es de menos de dos hectáreas por familia, sembrando aproximadamente 40 hectáreas, para obtener al final un poco más de 35,000 kilos. La cosecha de maíz, también está destinada al consumo familiar.

De musáceas se cultiva una hectárea y media en promedio por familia, equivalente a 30 ha, aproximadamente. Una buena parte de este rubro, 40% de la producción total, se destina a la comercialización fundamentalmente en el municipio de San Carlos. El resto es destinado al autoconsumo.

Del rubro frijol, podemos decir que es el más dinámico en la actualidad esto va en relación directa al volumen de producción obtenido y por consiguiente por las rentas que este rubro genera. En promedio se siembran 2 hectáreas por familia, obteniendo rendimientos promedios de 16qq por hectárea. De este un 30% es destinado al consumo familiar y un 70% a la comercialización cuyo mercado fundamentalmente se ubican en el cantón de Upala de Costa Rica. Aproximadamente el 85% de los ingresos obtenidos es destinado a la compra de bienes de consumo masivo, alimentos, ropa, calzado. El 15% restante es destinado a reponer los medios de producción y para la adquisición de semillas para iniciar los ciclos productivos.

Las labores del campo son compartidas tanto por el hombre como por las mujeres; aunque el hombre es quien generalmente las dirige. Las mujeres brindan un gran apoyo en las etapas iniciales del ciclo agrícola especialmente en la etapa de siembra. Los hijos adolescentes también colaboran en calidad de obreros agrícolas durante el período de cosecha.

Respecto a las actividades de patio, en general los productores afirman tener al menos una vaca, un cerdo y gallinas, cuyo cuidado generalmente es realizado por las mujeres.

### ***Problemática identificada.***

Los productores durante los talleres manifestaron la existencia de algunos factores que afectan tanto las actividades productivas como comerciales, destacándose los efectos climáticos asociados a los fuertes inviernos, la existencia de plagas en los cultivos los cuales afectan directamente la producción reduciendo la calidad y la cantidad, a un nivel en que existen ocasiones que se han presentado pérdidas totales en las cosechas.

Existe nulo acceso a las fuentes de financiamiento aspecto que en muchas ocasiones ha impedido realizar inversiones en la finca en función de la obtención de mayores rendimientos productivos.

Los productores (as) de manera consensuada afirman que este aspecto ha impedido realizar una adecuada atención cultural a los cultivos en especial a las plantaciones de cacao ya que el adecuado manejo de las plagas y enfermedades que afectan a los cultivos es prácticamente muy costoso. Sin embargo, destacan el papel desarrollado por los técnicos de Amigos de la Tierra en el aspecto de asistencia técnica y algunas ocasiones directamente con insumos y aperos de trabajo para el manejo del cacao.

Otro de los factores adversos que afectan tanto a la producción como a la comercialización son las vías de acceso, ya que las condiciones en que se encuentran los caminos hacen que el tránsito sea casi imposible en épocas de invierno, aun entre distancias cortas, como ocurre entre Papaturríto y Pueblo Nuevo N° 1 y de estos a los mercados de insumos y factores respectivamente.

### **Producción y comercialización.**

Se trabaja la agricultura bajo un Plan de Manejo de Fincas el cual fue elaborado por Amigos de la Tierra. En la actualidad se cuenta con 8 planes de manejo de fincas y el resto de productores esperan tener sus planes de manejo una vez que entre en operatividad la segunda fase del proyecto binacional.

Se ha estimado una producción anual de 74.830 kilos de arroz de 23 hectáreas sembradas, de las cuales se comercializa solamente el 50% y el otro 50% para el consumo familiar.

En el caso del frijol, 68.000 kilos de 69,88 hectáreas sembradas, de las cuales se comercializa el 60%, el 30% para consumo familiar y el 10% para semilla de la próxima cosecha.

Se siembran 28 hectáreas de maíz de las cuales el 100% es para el consumo familiar, igual que las musáceas y en el caso del cacao, se siembra apenas 7 hectáreas y se comercializan los 453 kilos producidos.

Todos los productos se comercializan en los mercados locales de ambos países ya mencionados.

Por su importancia económica (lo cual tiene la tendencia a convertirse en uno de los rubros que aporte mayores ingresos al productor) y ambiental, el cultivo de cacao orgánico está cobrando relevancia. Esto ha orientado a AdT para apoyar en la conformación de la *Cooperativa multisectorial de cacao orgánico de los Guatuzos COMULCAOGUAT. RL* en el territorio. Se espera que los aspectos contractuales y de legalización de la misma estén finalizados a finales del 2008.

La importancia del cultivo de granos básicos para las familias de esta comunidad se refuerza con el hecho que más del 90% de ellas se dedican a la actividad agropecuaria.

Las vías de acceso se encuentran en pésimas condiciones, que es casi imposible transitar en la época de invierno, por las condiciones del suelo pantanoso, incluso dentro de la misma comunidad, se tienen caminos en regulares condiciones que conduce a la Victoria, Costa Rica.

Existe Riesgo de contaminación del agua por el uso de agroquímicos y porque la población no tiene técnicas de tratamiento de la basura.

**Análisis DAFO a partir de la caracterización y diagnóstico.**

Debilidades	Amenazas	Fortalezas	Oportunidades
Disminuir	Neutralizar	Potenciar	Aprovechar



<b>Espacio Físico del territorio.</b>	Alta humedad relativa y radiación solar.	Alta incidencia de plagas y enfermedades que atacan los cultivos: Cacao, Frijol Negro, Maíz, Arroz, Cítricos musáceas y frutas.	Acceso relativamente cercano a mercados locales ubicados en San Carlos, Upala, Los Chiles y México de Costa Rica.	Acceso relativamente fácil a los mercados costarricenses y al mercado municipal de San Carlos.
<b>Precipitación</b>		Amenaza de Riesgos por desbordamiento de Ríos e inundaciones.	Precipitación estable en tiempo y cantidad, canícula benigna	Calendarizar los diferentes tipos de cultivos según su período de cultivo y cosecha.  Establecer planes de manejo de finca de manera precisa.
			Precipitación que oscila entre los 2000 -2400 milímetros anuales <sup>8</sup>	Obtener buena producción en primera y postrera en suelos estabilizados.  Siembra y cosecha de agua. Establecer planes de reforestación y agrosilvopastoriles.
<b>Hidrología</b>	No existen obras de conservación de agua y no se aprovecha la cuenca de los principales ríos del territorio.	Zonas de alto riesgo por efectos de inundación y desborde de los Ríos.  Problemas de tratamiento de agua para consumo humano.  Falta de inversiones en sistemas riego agrícola	Relativa abundancia y permanencia de agua durante todo el año.	Aprovechar el caudal de estos ríos para el abastecimiento de agua para consumo humano, animal y riego agrícola.

<sup>8</sup> INIFOM, Ficha municipal del departamento de Río San Juan.  
<http://www.inifom.gob.ni/municipios/documentos/sancarlos.pdf>



<b>Suelos</b>	Alto porcentaje (el 40%) de suelos tienen conflictos de uso.	Desastres naturales, sobre utilización y sobre pastoreo.  Poca oportunidad de desarrollo y diversificación de la agricultura.  Baja productividad, bajo ingreso, pobreza extrema.  Utilización de ganadería extensiva deteriora fuertemente el recurso suelo y despale indiscriminado	Suelos con potencial agroforestal, silvopastoril y reservas ecológicas	Aprovechamiento racional de la madera, ecoturismo, turismo rural, producción florística, producción de miel, estabilización de suelos en la parte media y la parte baja
<b>Forestal</b>	Alto índice de deforestación desaparición del bosque primario, incendios forestales frecuentes mal manejo del recurso bosque ineficiente aplicación de las leyes.	Pérdida de los suelos por erosión hídrica, baja producción y productividad del sector agropecuario, pérdida de agua por escorrentía, disminución del caudal de los ríos.  Impacto en el consumo dendroenergético.	Regeneración natural y bosques secundarios,  Creación de cuerpo de guarda bosques.  Actividades de coordinación entre MARENA y Ejército presentes en Guatusos.	Restablecimiento del bosque y estabilización de los suelos en la parte baja y media, establecer planes de manejo sostenible recuperar fuentes hídricas,  Ventas de servicios ambientales.
<b>Población</b>	Baja densidad de población rural y de la PEA agropecuaria, alto nivel de migración hacia Costa Rica, alto nivel de desempleo	Presión por los bienes servicios básicos que provee el Refugio.  Abandono de las actividades productivas en el campo.  Escasez de mano de obra calificada.  Existe pobreza en la mayoría de la población rural limitada capacidad de reproducción económica y un aumento en la brecha del ingreso entre los latifundistas y los minifundistas	Mayor parte de la población trabaja por cuenta propia	Potencial para el desarrollo de iniciativas empresariales rurales.  Se pueden establecer alianzas entre pequeños y medianos productores
<b>Servicios financieros y de infraestructura física.</b>	Financiero: falta de capacidad de acceso al crédito	Poca capacidad de desarrollo económico en el sector agrícola	Existencia de micro financieras no convencionales	Disponibilidad de acceso al crédito mediante el establecimiento de convenios de financiamiento entre la cooperativa de productores de cacao y las micro financieras FDL, ACODEP y BDF, en rubros de alta rentabilidad como el Cacao y el Frijol negro.

	<p>Transporte: deficiente red de transporte acuático.</p> <p>Mal estado de los caminos rurales.</p> <p>Sector de comunicaciones tiene pocas posibilidades de desarrollo</p>	<p>Difícil acceso a las comunidades y a los mercados mencionados lo cual dificulta la comercialización de los productos, encareciendo los costos de transporte y por ende afectando las relaciones de intercambio entre los eslabones de la cadena agro productiva identificada.</p> <p>Nulo y difícil acceso a los demás servicios</p>	<p>A nivel de cooperativa pueden realizar gestiones para instalar sistemas de tratamiento de Agua en la localidad.</p> <p>La mayoría de las UP's son potenciales ofertoras de un tipo de turismo conocido como Agro turismo.</p>	<p>Facilidad en el Intercambio comercial con otros municipios (solentiname, Granada) y acceso a los demás servicios y aprovechamiento de la actividad turística.</p>
--	---	---	--	--

### ***Análisis de la cadena productiva y comercial identificada.***

El análisis de la cadena productiva y comercial se realizará en la última etapa del estudio, prevista para los meses de octubre, noviembre y diciembre de 2008. Los resultados se presentarán en el informe final que se entregará antes del 31 de diciembre.

### ***Factores que inciden de manera positiva o negativamente en el proceso de comercialización.***

La tabla que se muestra a continuación presenta de manera resumida los niveles considerados para definir la estrategia comercial así como las fortalezas y debilidades de las unidades productivas y de los hogares en general para desarrollar estrategias comerciales.

<b>Condiciones favorables y desfavorables identificadas en el territorio para el desarrollo de estrategias comerciales</b>		
<b>NIVEL</b>	<b>FAVORABLES</b>	<b>DESFAVORABLES</b>
<b>Unidades productivas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊙ Experiencia en la producción con fines comerciales.</li> <li>⊙ Conocimientos y habilidades más allá de la producción agrícola entre los productores y extensionistas del proyecto a escala local.</li> <li>⊙ Espíritu emprendedor entre los productores y productoras.</li> <li>⊙ Actitud y experiencias positivas respecto al trabajo en equipo.</li> <li>⊙ Acceso a centros de educación y salud relativamente cercanos.</li> <li>⊙ Presencia de ONG’s que apoyan la educación (Terre des hommes) y dan asistencia técnica productiva (Amigos de la Tierra)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊙ Predominancia de producción con fines de subsistencia</li> <li>⊙ Falta de experiencia en la transformación de productos</li> <li>⊙ Actitud pasiva de la población local para emprender retos de manera autónoma</li> <li>⊙ Experiencias poco significativas en organización a nivel local</li> <li>⊙ Acceso limitado y casi nulo a la red vial, teléfonos y otras formas de comunicación y transporte</li> <li>⊙ Insuficiencia de animales de tiro y carga</li> </ul>
<b>Grupo de productores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊙ Cierta nivel de homogeneidad de valores socioculturales</li> <li>⊙ Espíritu emprendedor y deseos de trabajar en equipo</li> <li>⊙ Volúmenes mínimos de ciertos productos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊙ Bajo grado de organización local</li> <li>⊙ Dependencia arraigada de donaciones y proyectos de desarrollo</li> <li>⊙ Insuficiente acceso a infraestructura y servicios básicos</li> <li>⊙ Producción dispersa y errática</li> </ul>
<b>Territorio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊙ Existencia de iniciativa empresarial rural o empresa rural (cooperativa multisectorial de cacao orgánico, en etapa final de conformación)</li> <li>⊙ Existencia de proveedores de servicios técnicos y empresariales (aunque con poca presencia en el territorio).</li> <li>⊙ Red vial accesible todo el tiempo.</li> <li>⊙ Existencia de una amplitud de organizaciones locales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊙ Condiciones inadecuadas para la producción</li> <li>⊙ Ningún antecedente en el desarrollo empresarial rural</li> <li>⊙ Falta de proveedores de servicios técnicos y empresariales</li> <li>⊙ Sin acceso a caminos; distante a mercados, falta de comunicaciones y otros servicios básicos</li> </ul>

Fuente: Adaptado de Organización Empresarial de pequeños productores y productoras. Ver bibliografía anexa.

Para la elaboración anterior se consideró el enfoque de los medios de vida, particularmente incorporando las siguientes variables:

Capital	Aspectos considerados
Natural	Acceso continuo a recursos naturales (tenencia de tierra), suelos, agua, cultivos anuales y perennes; recursos forestales incluyendo fauna silvestre, ganado mayor y menor y material genético (germoplasma).
Humano	Educación, conocimientos, disponibilidad de mano de obra, habilidades, salud, nutrición.
Social	Integración en organizaciones comunitarias y empresariales; acceso a proveedores de servicios y líderes empresariales, políticos y sociales mediante redes, conexiones, contactos, relaciones de confianza y/o reciprocidad.
Físico	Acceso a red vial, centros de salud y educación, agua potable y de riego, telecomunicaciones, energía eléctrica, maquinaria, equipo y herramientas para la producción.
Financiero	Fuentes de ingreso (dentro y fuera de la finca, incluyendo remesas), ahorros, préstamos y crédito, deudas.

El enfoque anterior permite visualizar el territorio con base a su capacidad productiva, a las características y habilidades de los hogares para emprender estrategias de comercialización.

El proceso de evaluación de estas variables permite la toma de decisiones en función de la potenciación de las iniciativas de comercialización, las cuales se apoyan en aspectos tales como:

Análisis de las capacidades productivas: Su finalidad es valorar si el territorio puede suplir la demanda identificada.

Nivel de organización comunitaria y adaptabilidad: Ello permite valorar el nivel de empoderamiento de parte de los productores de las iniciativas como las que acá se propone.

El cuadro siguiente presenta estas valoraciones:

<b>Capacidad productiva y ventajas comparativas en la producción.</b>	<b>Características sociales y capacidad de trabajar en forma asociativa</b>	<b>Antecedentes y calidad de programas de desarrollo</b>
<b>Énfasis en capacidad productiva en cacao, granos básicos, bananos, ganadería. (4)</b>	Grupo de productores y productoras trabajando con Amigos de la Tierra realizando prácticas productivas amigables al ambiente (5).  Existencia de relaciones y convenios de colaboración y cooperación con UNA, FUNDAR, UCC, UNAN León. (5)	Existencia de programas de desarrollo y proveedores de servicios empresariales que se pueden vincular a las iniciativas de comercio justo. (2)  Otros proyectos funcionan pero de manera independiente a los enfoques productivos y comerciales desarrollados por amigos de la tierra. (2)  Exceso de asistencialismo. Muchos proyectos han fracasado una vez que los donantes se retiran de la zona. (1)
<b>Antecedentes y calidad de programas empresariales crediticios y</b>	Acceso a la red vial, mercados, comunicaciones y servicios básicos.	Dinamismo económico

<p><b>Programas han tenido éxito, crecido y consolidado. Existen estos servicios y son accesibles (1).</b>  <b>Existencia de programas de financiamiento (1).</b>  <b>Programas han funcionado en el pasado<sup>9</sup> (3)• Programas han fracasado en forma generalizada en el pasado (1)</b></p>	<p>Acceso a servicios e infraestructura productiva (telé-fono, caminos, agua, luz, cercanía a mercados) (5)• Acceso a servicios básicos necesarios para la producción, mercados importantes accesibles entre 2 y 3 horas (3)• Muy limitado acceso a servicios básicos, caminos en mal estado, mercados a más de 3 horas (1)</p>	<p>Alto crecimiento económico y generación de nuevas oportunidades (5)                  Estabilidad en los precios (3)                  Fuerte depresión económica (1)</p>
---	---	--

Basados en la información recopilada, se valoraron las categorías a nivel de territorio asignando valores entre 1 y 5, donde 1 denota una situación desfavorable, 2 poco favorable, 3 regular, 4 favorable, y 5 muy favorable.

A continuación se presenta para el rubro cacao los elementos de la estrategia:

<sup>9</sup> Se reporta la existencia de proyectos desarrollados por CIPRES, ACRA, FUNDAR y Fundación del Río. EL caso de ACRA, Terre des Hommes (Italia) fundamentalmente apoya actividades de educación a distancia .

### Sistematización de los resultados del análisis rápido de las oportunidades de mercado y mercadeo

#### RUBRO: CACAO

Oportunidades	Requerimientos	Pasos a seguir	Resultados Esperados
<b>OPORTUNIDADES DE MERCADEO A CORTO PLAZO</b>			
<p>1. Seleccionar el producto para lograr estándares de calidad y entregar el producto a la cooperativa para su acopio para luego venderlo directamente a Ritter Sport, APAC o a empresas como El Caracol, y la Parmalat, con el fin de obtener mayor precio y estabilidad de las transacciones comerciales.</p>	<p>1. Acuerdos entre la cooperativa y estas industrias sobre cantidad, calidad, precios diferenciales, presentación y modalidad de entrega de productos.</p> <p>2. Servicios de transporte eficiente.</p> <p>3. Disponibilidad de recursos especializados en gestión empresarial comercial.</p>	<p>1. Establecer normas de procedimiento y contractuales tanto por el lado de la oferta como de la demanda, ie: contratos, normas de calidad y entrega, fechas, etc.</p> <p>2. Valorar la posibilidad de adquirir una Plana con capacidad para 50 qq para transportar el producto desde Papaturo hasta el mercado de San Carlos.</p> <p>3. Desarrollar investigaciones de mercados.</p> <p>4. Elaboración de Plan de Negocios.</p> <p>5. Desarrollar capacitaciones sobre métodos de fermentación, manejo poscosecha, empaque y embalaje de cacao orgánico.</p> <p>6. Capacitación a las productoras sobre técnicas de producción y elaboración de productos derivados del cacao: caramelos, refrescos, chocolates, etc.</p>	<p>1. Contratos firmados con principales compradores del producto: Ritter Sport, APAC, Parmalat, Cereales El Caracol.</p> <p>2. Medio de transporte propio de la Cooperativa.</p> <p>3. Plan de negocios de Cacao Orgánico.</p>



Oportunidades	Requerimientos	Pasos a seguir	Resultados Esperados
2. Manejo poscosecha: Empaque, embalaje, Sacos con etiqueta alusiva al producto orgánico.	<ol style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento con las normas y reglamentos fitosanitarios del los ministerios de Salud y MIFIG, MAG.</li> <li>Disponibilidad de tecnología y equipos para procesamiento y empaques.</li> <li>Disponibilidad de mano de obra.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Gestionar las respectivas licencias de operaciones ante las instituciones respectivas.</li> <li>Analizar relación costo-beneficio del embalaje, empaque y etiquetado.</li> <li>Cuantificación de la demanda de los diferentes productos factibles de elaborar.</li> <li>Análisis financiero de inversiones en tecnología de procesamiento primario con vistas a su ulterior desarrollo agroindustrial.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Licencias concedidas y legalizadas.</li> <li>Análisis costos beneficios de las diferentes propuestas de adquisición de tecnologías para empaque y procesamiento industrial del Cacao con la finalidad de incorporar valor agregado.</li> </ol>
<b>OPORTUNIDADES DE MERCADO A MEDIANO PLAZO</b>			
3. Procesamiento y elaboración de productos derivados del cacao: vinos, caramelos, cereales, etc.	<ol style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento con las normas y reglamentos fitosanitarios del los ministerios de Salud y MIFIG, MAG.</li> <li>Disponibilidad de tecnología y equipos para procesamiento y empaques.</li> <li>Disponibilidad de mano de obra calificada.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Determinar la Demanda y La Oferta de productos procesados y derivados, identificando posibles compradores en los mercados locales y regionales con los cuales tienen relación los productores (as).</li> <li>Análisis costo beneficios de estas iniciativas.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>En caso que se demuestre la viabilidad técnica y económica de estas iniciativas se espera lograr ubicar los mismos en negocios y supermercados en ambos países.</li> <li>Rentabilidad financiera de estas iniciativas o unidades estratégicas de negocios.</li> <li>Mano de obra calificada para el procesamiento y elaboración de estos productos derivados del Cacao.</li> </ol>

Oportunidades	Requerimientos	Pasos a seguir	Resultados Esperados
<b>OPORTUNIDADES DE MERCADO A CORTO PLAZO</b>			
4. Incrementar e intensificar la participación en las ferias: Feria regional del Cacao, ferias de productos agropecuarios que se desarrollan tanto en San Carlos, Nicaragua como en el lado tico: Productos empaquetados, productos semiprosesados, productos elaborados (refrescos, chocolates, caramelos, vinos, cereales)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Registro de participación en las ferias locales.</li> <li>2. Garantizar los servicios de transportes para los participantes y el financiamiento para los costos de instalación.</li> <li>3. Un toldo con su respectivo stand metálico para promocionar los productos.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dirigirse al Comité Agrícola Cantonal (o al MAG) para obtener carne de productor.</li> <li>2. Definir mejor modalidad del servicio de transporte así como negociar los costos del servicio.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Productores y productoras con carne de participante de feria.</li> <li>2. Productos y servicios promocionados directamente con los productores.</li> </ol>
5. Desarrollo de mercado campesino una vez al mes en el malecón del municipio de San Carlos para promocionar la venta directa de granos básicos, frutas y musáceas producidas en el RVSLG. (Aplica para granos básicos, musáceas, frutas y cítricos).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gestionar ante la alcaldía municipal de San Carlos los permisos correspondientes.</li> <li>2. Gestionar ante migración los permisos de operación correspondiente con la intención de frenar el cobro excesivo e irregular que se les hace a los productores por vender sus productos en lado Nicaragüense.</li> <li>3. Sistemas de transporte propio (en la medida de lo posible).</li> <li>4. Establecer contactos comerciales con gremios de productores ubicados en los municipios de El Castillo y comunidades aledañas.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Firmar convenio con alcaldías, con el SPAR (Sector público Agropecuario Rural) para darle seguimiento y apoyo a esta iniciativa).</li> <li>2. Determinar la viabilidad técnica y económica de incursionar en este tipo de iniciativa (análisis costo beneficio).</li> <li>3. Estudio de factibilidad técnico económica para compra y adquisición de toldos y tamdems para muestrarios.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Productores y productoras participantes en la feria venden sus productos y servicios promocionados directamente a los consumidores sin intermediarios.</li> <li>2. Relaciones más directas entre SPAR y productores del Refugio</li> </ol>

Oportunidades	Requerimientos	Pasos a seguir	Resultados Esperados
6. Producir nuevos productos: frutas, cítricos, hortalizas. Especias/Saborizantes: Romero, tomillo, pimienta, orégano, salvia. Condimentos secos como chile deshidratado.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocimiento técnico. Acceso a insumos y semillas.</li> <li>2. Contar con servicios de apoyo a la producción: SPAR.</li> <li>3. Disponibilidad de mano de obra.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estudios de mercados para estos nuevos rubros.</li> <li>2. Análisis costo beneficio de estos rubros.</li> <li>3. Identificar fuentes de insumos y servicios y canalizarlas hacia las UP's.</li> </ol>	1. Productores y productoras diversifican la oferta de productos de sus unidades productivas.

Fuente: elaboración participativa de los productores durante talleres de capacitación desarrollados.

### **Marketing de productos agrícolas.**

Una buena comercialización es aquella que coloca al producto en un buen sitio y momento, para dar al consumidor la satisfacción de la compra.

La comercialización se define como un proceso en el cual están inmersos un conjunto de actividades que realiza una organización (sea esta con fines de lucro o no) para descubrir y estudiar las necesidades de un grupo de consumidores, con la finalidad de proveer estas demandas en un tiempo dado y con un nivel de calidad óptimo.

La Comercialización tiene como objetivos los siguientes:

1. Hacer llegar el producto en el momento oportuno.
2. En el lugar adecuado un producto.
3. Que satisfaga necesidades al mínimo costo.
4. Obtener utilidad (ganancia) para la Organización.

El mercadeo de los productos es la etapa más difícil del proceso de producción y una de las que mas problemas presenta.

### **”¿Qué tenemos que hacer?... R: La comercialización asociada !!”**

La comercialización asociada es la unión de productores organizados en la cooperativa, para lo cual sus miembros entregan el producto a su Organización, ésta se encargará de vender a: los consumidores, compradores mayoristas, minoristas, a las empresas exportadoras o las industrias en mejores condiciones económicas para sus asociados y en forma directa. Los productores pueden llegar al mercado más fácilmente evitando la intermediación de otros agentes con el concomitante mejoramiento de sus niveles de ingresos.

Ventajas de la Comercialización Asociada:

1. Se obtienen mejores precios por cada rubro productivo en función del volumen producido.
2. Se vende con precio y peso justo.
3. Se evitan los intermediarios y se obtienen economías en concepto de transporte.
4. Se vende todo el producto bajo estándares de calidad y precio superiores a los existentes en el sistema de comercialización tradicional.
5. Se puede gestionar cooperación de otras instituciones y ONG’s vinculadas al territorio, asistencia técnica y financiamiento para potenciar actividades productivas clave.
6. Los asociados pueden recibir beneficios de la cooperativa en términos de mejor organización para comercializar ya que en la misma hay recursos técnicos y humanos que facilitan los controles contables y administrativos de cada socio.

La problemática de la comercialización se caracteriza por ser Multicausal, Dinámica y Cambiante.

Multicausal por que la problemática se origina por la evolución y acción combinada de varios factores que afectan a las unidades productivas, la producción, los productos, los agentes comerciales, las prácticas comerciales, los consumidores.

***Principales factores que afectan a las unidades productivas y que repercuten en la comercialización.***

Dichos factores son:

1. Suelos pobres y degradados
2. Carencia de infraestructuras para la producción, de riego, control y manejo de aguas
3. Beneficios y manejo de postcosecha
4. Generalmente alejadas de los centros, de mercadeos primarios y con faltas de vías de comunicación de servicio permanente (vías de todo tiempo).

***Factores que afectan la producción y repercuten en la comercialización.***

Dichos factores son:

1. Las unidades de explotación generan bajos niveles de productividad y rendimiento.
2. La producción generada en una misma zona es altamente heterogénea en cuanto a la calidad e inestable en cuanto a volúmenes en el tiempo.
3. La producción se genera en numerosas parcelas de pequeñas áreas aisladas entre sí.
4. La falta de riego enmarca a los cultivos al período de lluvias; por lo tanto el flujo de producción se concentra en determinados meses o períodos del año incrementando estacionariamente en la oferta elementos de presión de los precios para el productor.
5. En esas condiciones, la producción u oferta fluye al mercado de manera fraccionada en numerosas partidas de productos con calidad heterogénea, en períodos similares y a los mismos lugares de mercadeo.

***Factores relacionados con los productos y que afectan la comercialización.***

Dichos factores son:

1. La mayor proporción de los productos agrícolas son perecederos, es decir, susceptibles a daños físicos y biológicos en el transcurso de cortos períodos, si no se les condiciona y maneja en forma adecuada.
2. Los cereales y leguminosas de grano, requieren de procesos de nivelación y adecuación para el consumo: limpieza, secado, desgrane y procesos especiales de trillado y pilado en arroz.
3. La carencia de facilidades, infraestructuras e instalaciones para el manejo y beneficiado de los productos, en las zonas rurales, inciden en las pérdidas postcosecha.

4. Los productos como los tubérculos son difíciles de manejar encareciendo los procesos de acopio, almacenamiento y transporte.

#### **Características de las prácticas comerciales que repercuten en la problemática de la comercialización.**

1. Los sistemas de compraventa se caracterizan por la heterogeneidad de las unidades de comercialización y por la determinación parcializada de la calidad y peso del producto.

*«En transacciones de granos los compradores (intermediarios) “castigan severamente” en el precio a los productores por contenidos de humedad e impurezas en el peso total del grano».*

2. Las prácticas tradicionales de comercialización (en cuanto a definición de precios) no estimulan la mejora en la calidad de los productos.

3. Pérdidas en cantidad y calidad de todos los agentes comerciales, son cubiertas casi en su totalidad mediante el incremento de los precios de venta, este incremento se refleja con mayor intensidad en el precio que paga el consumidor final.

#### **¿Pero cómo lo enfrentan los productores?**

En forma individual, desorganizada y desinformada de las condiciones de mercado, oferta, demanda y precios.

De esta manera se enfrentan a un grupo de compradores:

\* Menos numerosos      \* Más organización      \* Más conocimiento de mercados

Con carencia de infraestructura y de conocimientos para el manejo de postcosecha.

A veces existen lazos o relaciones sociales con los comerciantes que comprometen la venta de sus productos.

En ocasiones estas condiciones de intercambio entre productores y comerciantes son injustas.

#### **¿Qué estrategia de comercialización se debe desarrollar en el RVSLG?**

Esto se definirá en los últimos meses del estudio.



*"Estudio de mercado de sistemas agrícolas sostenibles para fomentar el desarrollo empresarial rural en la Reserva de la Biosfera Río San Juan Nicaragua" Amigos de la Tierra España*

### **Bibliografía**

1. CHOMBART DE LAUWE, J. et al., 1965. Moderna gestión de las explotaciones agrícolas. Madrid, Mundi-Prensa. 545 p.
2. ISAZA, J., 1975. Análisis de factores asociados con la producción agrícola a nivel de minifundio en el oriente de Antioquia, Colombia. Medellín, ICA (Boletín de Investigación No. 22). 35 p.
3. Organización empresarial de pequeños productores y productoras: guía para facilitadores de las etapas iniciales del desarrollo empresarial rural / Ruth Junkin...[et al]. -- Turrialba, C.R. : CATIE. 2005.
4. Desarrollo sostenible / compilado por Sergio Sepúlveda, Richard Edwards – San José Costa Rica. BMZ / GTZ Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura IICA. 1996.

**Anexo: Personas encuestadas.**

N°	Nombre y apellido	Cargo/ ocupación / institución	Contacto
1	Francisco Figueroa	Intendente del mercado de San Carlos	Mercado municipal
2	Rosalío Valdivia Rayo	Inspector municipal del Mercado de San Carlos	Mercado municipal
3	Ileana Pérez	Comerciante de Granos básicos	Mercado municipal
4	Melania Reyes	Comerciante Granos básicos	Mercado municipal
5	Raquel Ruíz	Comerciante Granos básicos	Mercado municipal
6	Zeledonio Martínez	Comerciante Granos básicos	Mercado municipal
7	Lorenzo Luna	Intermediario Granos básicos	Mercado municipal
8	María Antonia Espinales		Responsable del componente productivo de la Asociación Pueblos en Acción Comunitaria (APAC) San Carlos.
9	Daysi Arguello	Comidería	Mercado municipal San Carlos
10	Concepción Ortiz Paisano	Productor	El Valle de Guadalupe
11	José Leonardo Barrios	Productor	Papaturro
12	Ana Rodríguez Ortiz	Productor	Pueblo nuevo N° 2
13	Mario Quintana	Productor	Pueblo nuevo N° 2
14	Juana Pereyra Zamuria	Productor	Papaturro
15	Luis Meza	Productor	Papaturro
16	Lorenzo Martínez	Productor	Papaturro
17	Armando Martínez	Productor	Papaturro
18	Juan Cisnero	Productor	Pueblo Nuevo N°2
19	Yonis Quintana	Productor	Valle de Guadalupe
20	Felipe González	Productor	Valle de Guadalupe
21	Sonia Navas Barrios	Productor	Pueblo Nuevo
22	Miguel Malespín Fariñas	Responsable del componente de comercialización de cacao orgánico. Ong: Promundo Humano, Waslala. RAAN	Promundo Humano Waslala. Telf.: 222-4794
23	Jaime Picado Zamora	Certificadora Biolatina	Colonia del periodista. 850-7412
24	Hans Ulrich Wiber Wagner	Asesor comercial de Riter Sport en Nicaragua. DED	271-7036 (casa) 408-8936 (móvil) DED 222-4428 222-3297 222-6929 <a href="mailto:Wiberg_hans@web.de">Wiberg_hans@web.de</a> <a href="mailto:nic@ded.de">nic@ded.de</a>

*"Estudio de mercado de sistemas agrícolas sostenibles para fomentar el desarrollo empresarial rural en la Reserva de la Biosfera Río San Juan Nicaragua" Amigos de la Tierra España*

<b>N°</b>	<b>Nombre y apellido</b>	<b>Cargo/ ocupación / institución</b>	<b>Contacto</b>
25	Hans Grebe	idem	265-8368 431-8158
26	Blanca Olivia Martínez	MAGFOR,	Magfor San Carlos