

Presentación

Es una realidad bien conocida, la velocidad con que la región centroamericana ha adoptado la apertura de sus mercados, consciente de las ventajas y oportunidades que ella ofrece.

Nicaragua no ha sido excepción en este proceso de apertura; antes bien, dentro de los países más abiertos en la región, es uno de ellos. Para confirmar el aserto anterior, se observa que Nicaragua ha firmado muchos tratados de libre comercio con otros países y tiene en proceso la firma de otros, los más importantes, quizás, el de La Integración Económica Centroamericana y el TLC con USA.

Dentro de este proceso de apertura comercial, Nicaragua entra con la desventaja de no contar con un sector industrial fuerte y desarrollado, pues su economía gira, básicamente, alrededor del sector agropecuario y una incipiente actividad agroindustrial. Dicho sea de paso, este sector genera la mayor parte del PIB (incluyendo la agroindustria), el mayor quantum de exportaciones y empleo, así como la mayor cuantía de alimentos a la población.

Al mismo tiempo, es en el sector rural del país donde el problema de la pobreza se manifiesta con mayor crudeza, al concentrarse en él la mayor cantidad de pobres y también los más

quiere, cuánto quiere, cómo lo quiere y cuándo lo quiere. Y la expresión "el rey consumidor" no está circunscrito a las fronteras nacionales, las que rebasa, pues hay que atender también las exigencias de la demanda internacional.

Vale la pena hacer notar que el presente estudio forma parte de una serie de trabajos similares referidos a los productos más importantes del Sector Primario del país, el de mayor impacto en los agregados económicos nacionales.

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura agradece a todas las instituciones y personas, públicas y privadas por su colaboración en la obtención de la información cualitativa y cuantitativa que hicieron posible el presente estudio.

Contenido

I.	Introducción	9
II	Conclusiones	11
III	Recomendaciones	17
IV.	Metodología	25
	2.1. El Concepto de Cadenas de Comercialización	26
	2.2. Diagrama de Flujo de la Cadena	26
	2.3. Cálculos de los Márgenes de Comercialización	27
	2.4. Análisis de Precios	28
	2.5. Mapa de las Zonas de Competitividad	29
	2.6. Recopilación de la Información	30
	2.7. Procesamiento de la Información	30
V.	Política Económica y Sectorial para el Café	33
	3.1. La Política Fiscal y Comercial	33
	3.1.1 Reintegro Tributario	33
	3.1.2 Régimen de Comercio Exterior	34
	3.1.3 Regulación del Régimen Tributario al Sector Cafetalero	35
	3.1.4 Impuesto General al Valor	36
	3.1.5 Ley de Admisión Temporal para el Perfeccionamiento Activo y Facilitación de las Exportaciones (Ley No. 382, 19 de marzo 2001)	36

	8.3.2 Los Costos de los Puertos de Exportación	113
	8.3.3 La Estructura de los Márgenes de Comercialización	114
XI	Bibliografía	117
XII	Anexos	119

I. Introducción

Este estudio tiene por objeto identificar y caracterizar la cadena de agregación de valor del producto café, con miras a obtener un marco comprensivo de los componentes que inciden en la formación de los precios y los márgenes de comercialización.

Varias decenas de millones de personas en el mundo tienen en el café su principal fuente de ingresos y es un factor fundamental para la economía de los países productores. Basta decir que, en el comercio mundial, ocupa el segundo puesto de valor dentro de los principales productos, siendo superado solamente por el petróleo¹. El mercado mundial está constituido por 57 países de los cuales 42 son oferentes y 15 son demandantes. Solo 7 países exportadores tienen más del 50 por ciento de la producción mundial: (Brasil, Colombia, Vietnam, Indonesia, México y Costa de Marfil, destacándose Brasil con el 28 por ciento del total. Entre los compradores, Estados Unidos es el principal importador de café con un 24 por ciento del total, así como el principal consumidor, con un 30 por ciento.

No obstante la caída en el precio internacional, el café continúa como principal generador de divisas del país, razón más que suficiente para merecer la atención institucional y gremial.

¹Todo sobre el café. Pagina web española especializada.

II. Conclusiones

El cultivo del café constituye la actividad de mayor importancia económica para el país. Es el principal producto de exportación y durante la década de los 90 ha representado alrededor de un tercio del valor agregado agrícola. Su contribución dentro del PIB Nacional ha estado por encima del 5 por ciento en los últimos seis años y casi llega a duplicarse entre 1990 (4.4 por ciento) y el 2000 (7.1 por ciento). Para el año 2001, como efecto de la caída en los precios internacionales, su aporte disminuyó a un 6 por ciento del PIB Total y 35.5 por ciento del PIB Agrícola. Aún así, sigue siendo de gran importancia para el país.

Nicaragua produce café de la variedad arábica, que es muy cotizado en el mercado internacional por su alta calidad y disponibilidad limitada. Las exportaciones de café en grano han ocupado por muchos años el primer lugar dentro de los rubros generadores de divisas del país. En 1999, el café representó el porcentaje más alto de las exportaciones agropecuarias, forestales y pesqueras de Nicaragua (30.4 por ciento) y los productos elaborados de café significaron 1.4 por ciento. Sin embargo, luego de crecer hasta 1998, el precio de exportación del café descendió de US\$ 146.6 por quintal en 1998 hasta US\$ 64.70 en el 2001. Esto significa que aunque los volúmenes exportados crecieron en un 7 por ciento en el período 1990-2001, los valores han aumentado en menor escala (4 por ciento), con una tendencia a la baja a partir del año 2002.

permanentes, lo que representa el 31.5 por ciento de la fuerza laboral agrícola y el 11 por ciento de la nacional. Esto incluye los empleos en los beneficios durante la temporada de cosecha de septiembre a marzo de cada año.

Algo que resulta muy interesante es el mayor peso que el CENAGRO asigna a los estratos de medianos y grandes productores de café en cuanto al área cultivada, mermando importancia relativa a los volúmenes de producción que tradicionalmente se asignaba al estrato de los pequeños productores cafetaleros de fincas de menos de 20 manzanas, tal como se conocía previamente de los datos de UNICAFFE, ya que los resultados indican que un 53 por ciento del área cultivada está en manos de fincas de más de 50 manzanas.

Aún así, los mismos datos indican que el mayor número de fincas se concentra en aquellas de 1 a 50 manzanas en donde se ubica el 70 por ciento del total de fincas, siendo particularmente importantes los estratos entre 5 y 50 manzanas.

La preponderancia del manejo tradicional del cultivo de café tiene efectos en los bajos rendimientos del cultivo respecto a países de la región, así como con la poca diversificación de las actividades en las plantaciones, poco aprovechamiento de tecnologías amigables con el medio ambiente y mala organización del proceso productivo. Sin embargo, el análisis de los costos de producción de productores típicos de estas tres tecnologías refiere una mayor rentabilidad para la tecnología tradicional debido a los bajos costos unitarios.

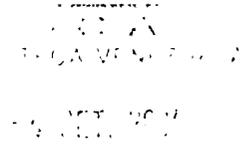
A pesar de que en la presente década el consumo de los países productores se ha incrementado de 25.3 millones de sacos en 1999 a 26.5 millones de sacos en el 2000, este aumento no es proporcional al incremento de la población del mundo. En 50 años, el consumo pasó de 50 a 105 millones de sacos y en los

Estos mercados perciben un valor adicional en estos cafés. Con los precios actuales ya cercanos a los costos de producción en muchos países, los cafés sustentables y los sobrepuestos que éstos logran en el mercado son una de las perspectivas positivas para los productores.

Nicaragua tiene ventajas comparativas ante otros países en la exportación de café, ya que sus variedades y calidades le permiten obtener mejores precios que los del café de Vietnam y Brasil en períodos de crisis. Por otro lado, aunque el café nicaragüense es de calidad similar al producido por Costa Rica y El Salvador, en estos países el recurso tierra es caro, lo cual les resta competitividad.

Se estima que más del 80 por ciento del café producido en Nicaragua es potencialmente elegible para el mercado de cafés especiales, que incluso durante la crisis actual han logrado precios de US\$120 por quintal o más (el precio de café normal se cotiza en US\$53 por quintal). Sin embargo, se requiere generalizar estas experiencias educando a los productores e intermediarios para aumentar el conocimiento sobre la demanda de calidad del mercado y la "calidad en la taza", así como organizar a los productores nacional y regionalmente, para insertarse en nichos de mercado de acuerdo con la calidad, sabor y regiones ecológicas de cada café.

Aún con estas ventajas, el hecho de que Nicaragua sea exportador de café en grano (materia prima de la industria torrefactora internacional), le conlleva las mismas desventajas que a otros países en desarrollo que basan partes importantes de sus economías en estas exportaciones que no se benefician del precio que se agrega en el proceso de transformación. El precio de exportación de café oro de Nicaragua en el año 2001, es sólo un 19 por ciento del precio final pagado en el mercado internacional por los consumidores de café tostado y molido. Y de este porcentaje, que representa el precio de exportación del país, un 38 por ciento queda en manos de los productores.



III. Recomendaciones

Sigue siendo primordial la elaboración de la "Estrategia de Re-conversión Competitiva de la Caficultura", y la transferencia de tecnología al sector cafetalero, para mejorar su productividad y su competitividad.

Otro aspecto que debe ser considerado es a los programas de mantenimiento y reparación de caminos rurales que abarquen primordialmente las zonas de cultivos de exportación, sumamente necesario para el incremento de la actividad comercial de las zonas productivas, entre las cuales el café es el más representativo.

El fomento de la caficultura bajo sombra, de altura y la diversificación de las plantaciones de cara a una agricultura sostenible y en armonía con la naturaleza, debe ser una estrategia de los cafetaleros y de sus gremios para el corto plazo, para obtener mejores calidades y precios en el mercado internacional.

Continuar con la actividad de catación de las calidades de café en los laboratorios de BAGSA, brindará mejores condiciones de venta del café nicaragüense, pues podría fomentarse y divulgarse internacionalmente, más que las marcas, la calidad del café nacional, trayendo beneficio no solo a las marcas sino al café en su conjunto.

to y ausencia de patrones que impiden ofrecer al mercado internacional un café con calidad homogénea.

Por otro lado, el cultivo de café debe racionalizarse mediante la diversificación productiva de las fincas cafetaleras y la promoción de tecnologías amigables con el medio ambiente, propiciando la reforestación de las zonas productoras de café.

Como resultado de las nuevas realidades del mercado internacional, se recomienda definir, conjuntamente con los actores relevantes de la cadena productiva y comercial del café, una estrategia que permita la reconversión competitiva de la industria cafetalera, en donde se incorporen los siguientes componentes para su desarrollo:

- **Refinanciar Inversiones Cafetaleras.** Renegociar los adeudos contratados con la banca, con la finalidad de preservar la infraestructura productiva y administrar las capacidades empresariales y la economía productiva. Su desarrollo debe considerar:
 1. Adecuación de adeudos bajo condiciones favorables en tiempo y forma, considerando el modelo de producción y posibles opciones.
 2. Relación beneficio-costos, manejo de crédito y apoyo a la comercialización, en donde el productor reciba los beneficios y pague la deuda.
 3. Alternativas como las alcanzadas por los productores de El Salvador y/u otras iniciativas.
 4. Acceso al financiamiento de la banca internacional.

3. Definir un mapa de calidades, por origen territorial y un sistema de apelación de origen controlado.
- **Comercialización y Promoción de la Calidad.** Promover, a través de una estrategia de comunicación, la calidad del café nicaragüense en el mercado internacional de cafés especiales (finos, orgánicos, amigables al medio ambiente, café justo, etc.). Para esto, es necesario:
 1. Participar en eventos nacionales e internacionales que promocionen las diferentes calidades del café.
 2. Incorporar a la industria turística, embajadas y consulados en la promoción del café.
 3. El desarrollo y acceso a los instrumentos de mercado para asegurar precios adecuados.
 4. Homogenizar los procesos de producción y crear intereses y compromisos sobre la base del conocimiento.
 5. Administración del riesgo de precios.
 - **Componente Agroindustrial y de Torrefacción.** Lograr mayores niveles de valor agregado a la materia prima (café), aprovechando las concesiones arancelarias que tiene el país con los principales mercados mundiales. Su realización requiere de:
 1. Un marco de incentivos para la industria y concesiones fiscales a inversionistas nacionales y transnacionales que procesen materia prima local.

4. Apoyo institucional al Consejo Nacional del Café (CONACAFE), para conocer su rol, su visión, estrategia, planes de trabajo, manejo organizacional, etc.

IV. Metodología

El objetivo del estudio de la cadena de comercialización del café es identificar y caracterizar la cadena de agregación de valor del bien, con miras a obtener un marco comprensivo de los componentes que inciden en la formación de precios, los actores involucrados y los márgenes de comercialización en las distintas etapas (tiempo y espacio) que recorre el rubro, desde su cosecha hasta su comercialización. Se pretende identificar las condiciones bajo las cuales se desarrolla la comercialización del café, los factores que inciden en la mayor o menor rentabilidad y competitividad del rubro, y los márgenes de comercialización en las diferentes etapas, lo que permitirá obtener un mayor conocimiento sobre los componentes que inciden en la formación de los precios.

La investigación se limita a la parte de la cadena que se ubica desde la salida de la cosecha del portón de la finca hasta su consumo final, trecho dentro del cual están las actividades de comercialización, es decir, el transporte y los servicios agroindustriales, el almacenamiento y la distribución comercial. El período de referencia es el ciclo agrícola 2001/2002.

su flujo a través de la cadena de comercialización. Si en algún punto de la cadena sólo existe un comprador o vendedor, entonces es probable que haya un comportamiento no competitivo. Por el contrario, la presencia de muchos compradores y vendedores activos a lo largo de la cadena, hace suponer la existencia de un comportamiento competitivo y un desempeño eficiente del mercado.

2.3. Cálculos de los Márgenes de Comercialización

Con base en un diagrama de flujo de la cadena se elaboran los cálculos de los costos y márgenes de comercialización desde la finca hasta el consumidor final, estimando los volúmenes y porcentajes de transformaciones en cada eslabón de la cadena. El enfoque directo examina las tres funciones de comercialización: almacenamiento, transporte y elaboración, cuyos costos combinados constituyen el margen de comercialización. Se precisan, por tanto, registros de costos representativos y de los rendimientos obtenidos por los principales participantes en el transporte (comerciantes, transportistas y agentes), la elaboración y el almacenamiento. Deben estimarse los costos de todos los insumos, incluidos los que no son tan obvios como los de administración. Dado que la utilidad normal es el rendimiento al capital (incluido el capital de trabajo, así como el equipo y los edificios), se precisan datos acerca del capital utilizado en la empresa de comercialización.

Con el objeto de determinar si el rendimiento de capital representa utilidades normales, deben compararse los márgenes de comercialización con las tasas de interés de los mercados crediticios a los que tiene acceso el comerciante. Si la tasa de interés prevaleciente (que contiene una prima para compensar el riesgo de la inversión en comercialización) es menor que la tasa de rendimiento obtenido, el nivel de utilidad es superior al normal.

2.5. Mapa o Diagrama de las Zonas de Competitividad

Los mapas de zonas de competitividad, asociados con las principales cadenas de comercialización, sirven para resumir la descripción de un sistema de comercialización. Estos mapas revelan la medida en que los costos de comercialización de un producto, junto con los costos agrícolas de producirlos, permiten a los consumidores de las zonas productoras de alimentos recoger, elaborar, almacenar y entregar productos alimentarios en forma competitiva - sin subsidio ni protección del gobierno - a los principales centros de consumo.

La comparación del costo de un artículo alimentario producido internacionalmente y entregado en una ciudad portuaria (el costo agrícola más el costo de comercialización), con el precio cotizado localmente para la exportación, indica si ese artículo se puede exportar sin subsidio del gobierno. Una comparación similar con el precio completo de importación muestra si el artículo producido localmente puede sobrevivir a la competencia internacional en los mercados al por mayor de la ciudad portuaria y ulteriormente en los mercados del interior, donde los artículos producidos en la localidad tiene una mayor ventaja competitiva en los costos.

El ámbito para la intervención del gobierno en el campo de la comercialización, está determinado por la eficiencia y los costos de desempeñar las funciones básicas de comercialización. Si los costos son elevados, las inversiones del gobierno los pueden hacer descender. Si hay grave ineficiencia, las políticas gubernamentales pudieran mejorar la competitividad o establecer estándares competitivos directos. Cualquiera que sea el caso, la primera labor de los analistas consiste en identificar en forma empírica los costos elevados o las ineficiencias. Si se pudiera examinar los asientos detallados de costos de los agentes

se obtuvo de las entrevistas con los participantes de la cadena.

- b) Elaborar cálculos desglosados de los costos y márgenes brutos y netos de comercialización del producto, determinando la distribución porcentual de dichos márgenes.
- c) Analizar los precios, considerando aspectos como la correlación entre precios internacionales y precios domésticos y la correlación de precios entre regiones del país, la competitividad de la producción local frente al mercado mundial y la estacionalidad de los precios locales.
- d) De manera complementaria se utiliza el análisis de tendencia del comercio exterior y producción del café.

V. La Política Económica y Sectorial para el Café

Los estímulos a la producción de agroexportación se basan en los incentivos que otorga la "Ley de Justicia Tributaria y Comercial" y más recientemente en la Ley No. 382 "Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo y Facilitación de las Exportaciones", vigente desde el 16 de abril del 2001, en sustitución de la Ley de Promoción de Exportaciones.

3.1. La Política Fiscal y Comercial

3.1.1 Reintegro Tributario

La política fiscal y comercial para el sector agropecuario y particularmente para el subsector de agroexportación, establece un grupo de exoneraciones e incentivos.

El primero es el establecimiento del reintegro tributario a las exportaciones. El Arto. 25 de la Ley No. 303, Ley de Reformas a la Ley de Justicia Tributaria y Comercial, establece una tasa de reintegro tributario del 1.5 por ciento para compensar a los productores o fabricantes de bienes nacionales exportados que cumplan con las normas de origen correspondientes, por con-

das de salvaguarda y de reciprocidad contempladas dentro del marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC) Arto 23.

3.1.3 Regulación Del Régimen Tributario Al Sector Cafetalero ⁶

El café es sujeto de una tasa de retención en la fuente a cuenta del IR, de manera excepcional respecto al resto de actividades económicas, pues en vez de establecerse una tasa porcentual respecto al ingreso bruto, se establece una cantidad fija por cada quintal de café exportado. Esta política refleja un sesgo en contra de la actividad cafetalera en particular, además de las dificultades para el reembolso de dicho impuesto en caso que al final del ejercicio fiscal se obtuvieran rentas netas no gravables.

Antes de 1999 hubo años en que este impuesto superó los US\$ 10.00/qq. El decreto No. 45-99, del cinco de abril de 1999 en su artículo No. 1 estableció para el año cafetalero 98/99, una tasa fija de retención de US\$ 1.50 por cada quintal de café oro, o su equivalente en las diferentes modalidades de venta⁷ (Ver Anexo No. 1). Posteriormente, en La Gaceta No. 33 del 16 de febrero 2000, esta tasa se estableció en US\$ 1.08 dólares por cada quintal de café. En esta misma regulación del Régimen de Retención para el Sector Cafetalero, el Arto 4. establece para los exportadores de café un pago mensual a cuenta de su IR anuade US\$ 0.60 por cada quintal de café exportado.

Sin embargo, la disposición para esta retención ha sido modificada en los dos últimos años (2001 y 2002), luego de gestiones de los gremios de cafetaleros con el argumento de que el precio internacional vigente no está generando utilidades a esta

⁶ Se sugiere relacionar este contenido con la Ley del Café, La Gaceta No 17, 24 de enero 2001.

⁷ Theódulo Baez et al, Todo sobre Impuestos en Nicaragua, 2001.

con un valor exportado no menor de cien mil pesos centroamericanos (\$CA 100,000.00) anuales, de acuerdo a los procedimientos que establece esta Ley y su reglamento, teniendo un carácter indefinido. De acogerse a esta modalidad, quedan exonerados de derechos de aduana y de impuestos.

2. Devolución de derechos de impuestos, cuyo beneficio es la devolución de los impuestos en proporción al volumen exportado, en base a coeficientes técnicos.

Las empresas que hagan uso de esta Ley, no tienen derecho a recibir el pago en concepto de Reintegro Tributario del 1.5 por ciento del valor exportado.

Los derechos e impuestos que son objeto de suspensión o devolución, en virtud de esta Ley, incluyen los arancelarios y cualquier otro de carácter fiscal que grave las importaciones, las ventas locales o el ingreso bruto, encarezcan las materias primas, bienes intermedios y de capital adquiridos por el exportador, ya sea por la vía de importación directa o por compra local y que hayan sido incorporados en bienes exportados.

Se exceptúan del derecho de suspensión o devolución, los tributos que graven la gasolina y el diesel, salvo para las actividades comerciales pesqueras, incluyendo la pesca industrial, artesanal y la acuicultura.

3.1.6 EL CETREX

Bajo la jurisdicción de la CNPE está también definir la política general del Centro de Trámites de las Exportaciones (CETREX). Este tiene como objeto principal centralizar la ejecución de los trámites relacionados con las exportaciones, con la misión de reducir los gastos en que incurre el exportador. Entre los princi-

Un 20 por ciento de la inversión de utilidades que realice el productor tendrá derecho a la deducción a cuenta del IR del período fiscal correspondiente. Estos beneficios estarán vigentes por 5 años contados a partir de la entrada en vigencia de la presente Ley.

La creación de un Fondo de Fomento y Desarrollo Cafetalero (FOCAFE), a partir de los fondos no liquidados directamente por los productores, en concepto del reintegro tributario. Adicionalmente, el fondo se proveerá de los préstamos contribuciones y donaciones que para el mismo obtengan el gobierno y las organizaciones cafetaleras, así como por los fondos provenientes de las sanciones pecuniarias establecidas en la Ley 368.

3.1.8 Aranceles a la Importación

En cuanto a los aranceles vigentes en el comercio del café se mantiene el arancel a la importación (DAI) para países fuera de la región centroamericana, mientras el Impuesto General de Ventas (IGV), se exonera según se muestra en la tabla siguiente.

En los acuerdos comerciales entre los países que conforman el CA4 (Honduras, El Salvador, Nicaragua y Guatemala), se acordó libre comercio total para café tostado, de inmediato y para café sin tostar, a partir del 31/12/03.

Sin embargo, las restricciones por normas técnicas a la importación están sujetas al permiso del Ministerio de Salud (Dirección de Control de Alimentos) indicados en la circular técnica No. 113 del viernes 3 de febrero de 1995, y al permiso del Ministerio Agropecuario y Forestal (DGPSA), establecido en circular técnica No. 58 del 28 de mayo de 1994, que se mantienen vigentes a la fecha.

3.2 El Crédito Cafetalero

El sector cafetalero ha sido uno de los rubros más beneficiados con el crédito bancario, seguido del cultivo del maní. Para el año 2000, el café absorbió el 52 por ciento del crédito agrícola total.

Pero a pesar del privilegio que ha recibido esta actividad como principal beneficiario del financiamiento agropecuario bancario, la crisis por la que atraviesa la caficultura ante la caída de los precios internacionales del café, ha repercutido negativamente sobre la rentabilidad del productor nacional y lo ha colocado en una situación de insolvencia bancaria. No sólo la caída de los precios del grano desde 1998 ha afectado la situación de los créditos cafetaleros. También se acumularon otras causas como los daños por el huracán Mitch ocasionados a la infraestructura y plantaciones de fincas cafetaleras, y el endurecimiento de las condiciones de acceso a préstamos, tras las quiebras bancarias que sucedieron en el año 2000.



Conceptos	Ciclo 1998/99				Ciclo 1999/00		Ciclo 2000/01		Variación %	
	Mzs.		C\$		Mzs.	C\$	Mzs	C\$	99/00	00/01
									98/99	98/99
CREDITO AGRICOLA	220,920	1.170,968	240,965	2.837,226	116,145	1.514,794	142.3	46.6		
TOTAL	74,053	668,322	118,739	1.593,391	44,390	747,338	138.4	53.1		
Participación % del Café en el										
Crédito Total	34	57	49	56	38	49				
Café Corto Plazo	68,058	561,423	100,386	250,633.3	44,099	736,104	-55.4	193.7		
Part. % del Café CP	31	48	42	9	38	49				
Café Largo Plazo	1,005	115,386	18,353	342,758	291	11,233	197.3	-96.7		
Part. % Café LP	5	10	8	12	1					

Nota : Córdoba en miles.

Las estimaciones de la deuda cafetalera insolvente, hechas por el MAGFOR a marzo del 2001, eran de US\$ 85 millones, de la cual el 67 por ciento era crédito de largo plazo.⁸ A esta cantidad, debe agregarse 27 millones como débito con los exportadores de café.

Una de las principales restricciones para el sector cafetalero en el acceso al crédito, es la obtención de fondos de largo plazo, a los que prácticamente no tiene acceso, según se concluye de los datos anteriores donde se registran reducciones en su participación, al pasar de representar el 10 por ciento del crédito a largo plazo en 1999, a menos del 1 por ciento en el 2001. La reducción es del 96.7 por ciento, si se compara con el monto otorgado en 1999 en concepto de crédito a largo plazo, cuya finalidad es mejoramiento de infraestructura, compra de maquinaria y equipo y renovación de las plantaciones de café.

Por otro lado el crédito de corto plazo creció en 193.7 por ciento de 1999/00 al 2000/01, pero se redujo en 53.1 por ciento si se compara a lo que se recibió en el 1999/00 con respecto al ciclo anterior.

Los grandes y medianos productores de café son los más endeudados. Se estima que la mayor parte del monto total de los créditos extendidos por los bancos durante los pasados ciclos para sostener actividades de 45,000 mzs., fue recibido por esta categoría de productores. Las deudas entre C\$ 250,000 y C\$ 1,000,000 representan el 24.5 por ciento de los créditos y abarcan el 15.9 por ciento de la deuda total. Por su parte, el 27.4 por ciento de los créditos significa el 87.15 por ciento de la deuda pendiente de los cafetaleros y más específicamente, el 3.5 por ciento del número total de créditos es arriba de los C\$ 8 millones y representa el 27.9 por ciento de los montos totales

⁸ Andrea Serpagli. A review of main constraints in the Oilseed, Coffee, fruit and vegetables Chains and recommendations to overcome them. Marzo 2002.

La ejecución del plan no se realizó con la urgencia y la cobertura necesaria. Los productores no han visto con buenos ojos estas propuestas ya que las consideran como medidas de corto plazo para salvar el sistema financiero debilitado, y que resuelve solamente la situación de los productores más grandes (endeudados), que han tenido acceso al crédito bancario, pero no resuelve el efecto de la crisis de precios sobre los pequeños productores que no han tenido acceso al crédito formal.

VI. Importancia Económica de la Actividad

4.1. Contribución al PIB

El cultivo de café constituye la actividad de mayor importancia económica para el país, en tanto es uno de los rubros que genera mayor actividad en el área rural y su contribución dentro del PIB nacional ocupa un lugar preponderante. Debido a la reactivación de la caficultura en los años 90 y a los satisfactorios niveles de precio observados, la actividad cafetalera se convirtió en el rubro principal de las actividades primarias y principal soporte de la economía nacional en los últimos años. Además, el café es el primer producto de las exportaciones del país al conformar consistentemente casi el 25 por ciento del valor total de las mismas. Un 85 por ciento de su producción se vende en el mercado externo y un 15 por ciento se consume localmente.

En el cuadro No. 3, se puede ver que la actividad cafetalera representó durante los años 90 alrededor de 1/3 del valor agregado agrícola y ya para el año 2000 llegó a contribuir con el 37 por ciento del mismo, un notable aumento con relación al 27 por ciento de 1990. Su contribución dentro del PIB Nacional ha representado porcentajes por encima del 5 por ciento en los últimos seis años y casi llega a duplicarse entre 1990 y el 2000, al

4.2. Contribución a las Exportaciones

Las exportaciones de café en grano han ocupado por muchos años el primer lugar dentro de los generadores de divisas del país. De acuerdo a estadísticas del Banco Central de Nicaragua, en la década de los 70 y 80 el valor de las exportaciones del grano representó el 20 por ciento del total exportado, con una tendencia creciente en la década, llegando en 1998 a un 30 por ciento del total del país y a un 53.2 por ciento de las exportaciones agropecuarias.

En 1998 el café representó el porcentaje más alto de las exportaciones agropecuarias, forestales y pesqueras de Nicaragua (30.3 por ciento). En términos monetarios, durante el período 1996-2001, las exportaciones de café crecieron, aunque inconsistentemente, mostrando un pico en 1998 (1,182.1 miles quintales y US\$ 173 millones de acuerdo con el BCN). Esto fue un incremento del 50 por ciento con relación al valor en 1996 (US\$ 116.0 millones).

Sin embargo, luego de crecer hasta 1998, el precio del café de exportación ha caído en forma abrupta en los últimos cinco años, ubicándose en US\$ 54.8/qq en el año 2001, dando como resultado que, aunque los volúmenes exportados hayan crecido en el mismo quinquenio, los valores correspondientes han disminuido significativamente, ubicándose en su nivel más bajo en el año 2001 (US\$ 104.9 millones). (Ver Anexo No. V).

4.3. Generación de Empleos

La actividad cafetalera, enfocada como cadena agroindustrial, constituye una fuente de trabajo para un gran porcentaje de la población económicamente activa del país. El último dato de un censo cafetalero realizado para la cosecha 1995/96 indicó un total de 175,920 empleos de los cuales el 87 por ciento fue mano de obra directa y un 13 por ciento mano de obra indirecta.

Participación del Café en las Exportaciones Totales **Cuadro No. 4**

Conceptos	1998	%	1999	%	2000	%	2001 ^a	%
Total País (millones US\$)	573.2	100	545.2	100	645.1	100	592.4	100
Tradicionales (millones de US\$)	385.1	67.2	339.8	62.3	412.9	64.0	340.2	57.4
Café Grano Verde								
Volumen (miles de qq)	1,182.1		1,253.6		1,836.7		1,915.5	
Valor (millones US\$)	173.4	30.3	135.3	24.8	170.9	26.5	104.9	18.5
Precio 146.7	107.9		93.1		57.3			
Café Instantáneo/Molido								
Volumen (miles de quintales)	8.9		27.8		47.2		45.8	
Valor (millones US\$)	2.3	0.4	6.4	1.2	7.6	1.2	8.0	1.3
Precio Promedio	262.3		229.2		161.3		175.1	

A/ : Preliminar.

Fuente : Elaborado con datos del Banco Central de Nicaragua.

En estudios más recientes se menciona que las 43,183 fincas cafetaleras⁹ existentes generan más de 200 mil empleos temporales y 45 mil permanentes, lo que representa el 31.5 por ciento de la fuerza laboral agrícola y el 11 por ciento de la nacional. Esto incluye los empleos en los beneficios durante la temporada de cosecha de septiembre a marzo de cada año.

Fuerza de Trabajo Empleada en el Ciclo Agrícola 1995/1996. Cuadro No. 5

Conceptos	Cantidad de Empleos	Estructura Porcentual
M. Obra Directa	153,354	87.2
En Finca	131,614	74.8
En Beneficio	21,740	12.4
M. Obra Indirecta	22,566	12.8
TOTAL	175,920	100.0

Fuente: Elaborado con datos de la UNICAFE y el MAGFOR.

En cuanto a los procesadores y exportadores, que suman aproximadamente 38 empresas inscritas en el CETREX, generan unos 200 empleos. Adicionalmente cada uno de los 95 beneficiadores, emplean, según Ntitlapán, desde 40 a 350 trabajadores en las labores de transformación de café, siendo el promedio de 100 trabajadores por beneficio.

La generación de empleo en la industria Café Soluble, la cual produce café molido en polvo e instantáneo, es de poco más de un mil personas. Por otro lado está el empleo no cuantificado que generan las pequeñas y medianas industrias de café para consumo local, así como las actividades de comercio interno y transporte de la actividad industrial.

En resumen, es la actividad en fincas la que genera el mayor número de empleos, sin embargo, en su mayor parte es de carácter temporal, concentrado en los meses de cosecha, principalmente en diciembre y enero.

⁹ El dato de número de fincas es del III CENAGRO.

VII. La Producción del Café en Nicaragua

Según el III Censo Agropecuario realizado en el año 2001, existen en el país 43,182 fincas que cultivan café en un área de 185.6 miles de manzanas, es decir que un 26 por ciento de las fincas en Nicaragua cultivan café y el área dedicada a este cultivo es un 15 por ciento del área total cultivada en el país en el año 2001. Estos datos superan las estadísticas oficiales que existían antes del censo, las cuales hablaban de alrededor de 150 mil manzanas y 30 mil fincas, lo cual puede sugerir que los estadísticas de exportación son fiables, que el consumo interno es mayor que el estimado, ya que la producción sería mayor, o los rendimientos promedios son menores que los conocidos.

5.1. Zonas de Producción

En la actualidad, el café se cultiva en las zonas Norte, Central y Pacífico. De estas zonas, las mejores condiciones agroecológicas para el cultivo son las del Norte y Central, que es precisamente donde se ubica la mayor producción del país (Jinotega y Matagalpa). Ambos departamentos concentran el 57 por ciento del área y el 78 por ciento de la producción de café a nivel nacional, es decir que, a la vez, estos departamentos son los de

mayor productividad, con rendimientos muy por encima del resto de zonas productoras, tal como se ve en el cuadro siguiente.

Producción de Café por Zonas, Ciclo 2000/01.			Cuadro No. 6
Región/Depto.	Área%	Prod%	Rend.QQ/Mz.
Jinotega	33.30	45.42	15.94
Matagalpa	24.39	33.05	15.84
Nueva Segovia	11.85	7.13	7.03
Madriz	8.40	5.71	7.94
Estelí	2.17	1.16	6.26
Granada	1.65	0.42	3.0
Masaya	2.82	1.09	4.5
Carazo	6.57	1.97	3.5
Managua	5.17	1.99	4.5
Boaco	3.19	1.84	6.75
León	0.30	0.14	5.5
Chinandega	0.20	0.09	5.5
Total País	100.0	100.0	11.69

Fuente: Elaborado con datos del MAGFOR.

5.2. Tipología de Productores, Tecnologías y Costos de Producción

Según el Cuadro No. 7, en el cultivo de café se involucran grandes, medianos y pequeños productores, clasificados de acuerdo con el tamaño de la finca. En cuanto a número de fincas, la concentración se encuentra en las fincas de tamaños de 1 a 50 manzanas en donde se ubican el 70 por ciento del total, siendo particularmente importantes los estratos entre 5 y 50 manzanas. Esta concentración muestra cierta relación inversa en cuanto al número de manzanas cultivadas, la cual se concentra en los estratos de fincas de tamaños mayores a las 50 manzanas.

Tipología de Productores de Café por Tamaño de Finca **Cuadro No. 7**

Estratos	Total Fincas País	Cultivo del Café			
		No Fincas	%	Manzanas	%
El País	199,549	43,182	100.0	185,587	100.0
0.5 a menos	7,337	1,076	2.5	317	0.2
0.51 – 1	10,745	2,124	4.9	1,372	0.7
1.01 - 2.5	21,379	4,794	11.1	4,840	2.6
2.51 – 5	26,517	6,666	15.4	10,543	5.7
5.01 – 10	28,576	7,590	17.6	16,593	8.9
10.01 – 20	27,022	6,905	16.0	20,515	11.1
20.01 – 50	38,780	8,028	18.6	33,724	18.2
50.01 – 100	21,684	3,696	8.6	27,923	15.0
100.01 – 200	10,746	1,449	3.4	23,797	12.8
200.01 – 500	5,169	659	1.5	26,691	14.4
500.01 a mas	1,594	195	0.5	19,271	10.4

Fuente: III CENAGRO.

Observando los datos, tal como se comparan en el cuadro siguiente, los resultados de este censo tienen grandes implicaciones en cuanto a que asignan un peso de gran relevancia a los estratos de medianos y grandes productores de café en cuanto al área cultivada. En síntesis, se estaría mermando la importancia relativa de los volúmenes de producción que tradicionalmente se asignaban al estrato de los pequeños productores cafetaleros de fincas de menos de 20 manzanas, tal como se conocía previamente de los datos de UNICAFE.

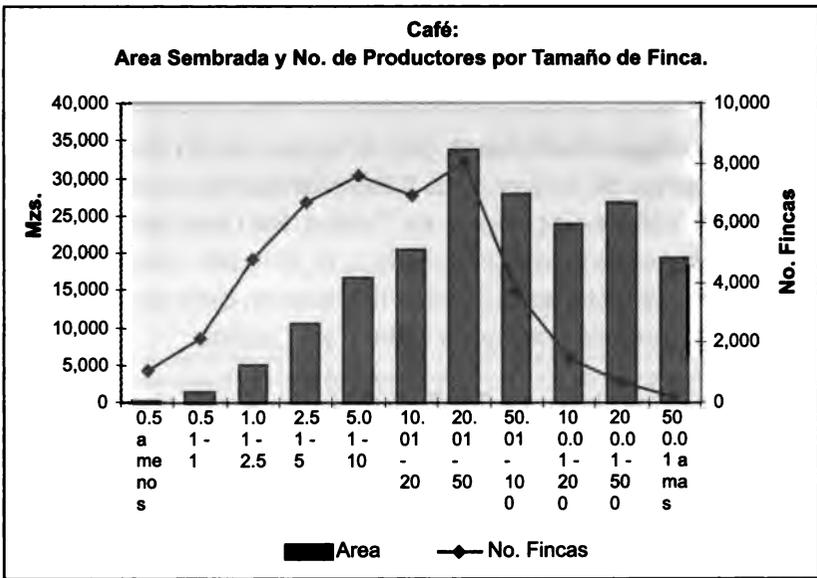
Comparativo del Censo UNICAFÉ y III CENAGRO **Cuadro No. 8**

Estratos	CENSO UNICAFÉ		III CENAGRO	
	No.	%	No.	%
	Productores	Área Cultivada	Productores	Área Cultivada
0 - 20 Mzs.	28700	94	29155	67
20 - 50 Mz.	1400	5	8028	19
50 Mzs +	163	1	5999	13
Total	30200	100	43182	100

Fuente: Elaboración propia con datos de UNICAFÉ y III CENAGRO.

Por el lado de la producción, de la que el III CENAGRO aún no refiere cifras, los datos del anterior censo cafetalero de UNICAFE señalaban que los pequeños productores de menos de 20 manzanas solamente participaban con un 25 por ciento de la producción nacional de café, debido a los bajos rendimientos que obtienen, los que oscilan, como promedio, en cinco quintales por manzana. Según el mismo censo, los grandes productores con fincas de más de 50 manzanas, cultivan el 33 por ciento de la producción.

Gráfico No. 1



5.2.1 Tecnologías de Producción

El café es un cultivo anual, cuyo ciclo va del 1 de octubre de cada año hasta el 30 de septiembre del año siguiente. Ello se debe a que a partir del 1 de octubre, y hasta el 28 de febrero, en la generalidad de los casos, comienza la recolección del grano, la cual debe hacerse iniciando siempre con los frutos que están más maduros, dando tiempo a que exista una cierta homogeneidad en la recolección de la cosecha.

En Nicaragua se identifican tres tipos de tecnologías para producir café: Tecnología Tradicional (T1), Tecnología Intermedia (Semi-Tecnificada o T2) y Tecnología Alta (Tecnificada o T3.). En el cuadro No. 10 pueden verse estimaciones del MAGFOR para el ciclo 2000/01 de la encuesta nacional de postera y apante. Según ésta, del total de área sembrada, el 56 por ciento se cultiva con tecnología tradicional y está en manos principalmente de pequeños productores. El 24 por ciento del área es semitecnificada e involucra a pequeños y medianos productores. El área de café tecnificado es del 20 por ciento, correspondiendo sobre todo a grandes productores, aunque también hay un porcentaje importante de medianos productores con este nivel tecnológico.

La Tecnología Tradicional: Uso extensivo de la tierra, con poblaciones no mayor a las 3,300 plantas/Mz. La edad de la plantación es superior a los 7 años. No usan abonos orgánicos y el uso de agroquímicos es limitado. Las labores agrícolas se reducen a 36 días/hombre en período de pre-corte, el rendimiento oscila entre 3 y 5 Qq/Mz.

La Tecnología Intermedia: Posee plantaciones con poblaciones de 4,000 plantas/Mz, la edad de las plantaciones supera los 7 años, obtienen mayores niveles productivos, (12 qq/Mz) pues emplean fertilizantes, herbicidas, fungicidas y foliares. La mano de obra utilizada es de 72 días/hombre/Mz.

La Tecnología Alta: Obtienen rendimientos de 22 qq/Mz, realizan mayores labores agrícolas, la densidad de siembra es de 4,000 a 5,000 plantas/Mz. Practican la siembra con curvas de nivel y labores de conservación de suelo. Hacen uso alternativo de agroquímicos, en fertilizantes, insecticidas, fungicidas, herbicidas y foliares. La mano de obra en las labores de pre-corte puede llegar hasta 118 días/hombre/Mz.

Calendario de Cosecha. Cuadro No. 9

Meses	% Producción
Noviembre	8.4
Diciembre	30.3
Enero	37.3
Febrero	13.0
Marzo	11.0

Fuente: Elaborado con datos de la UNICAFE y el MAGFOR.

Distribución del Área de Café por Tecnología. Cuadro No. 10

Estratos por tamaño finca	Tecnificado	Semitecnificado	Tradicional
Manzanas	%	%	%
> 0 <= 5.0	3	6	34
> 5 <= 10.0	2	2	6
> 10 <= 50.0	4	9	10
> 50 <= 100.0	4	4	4
> 100	7	3	3
Total	20	24	56

Fuente: Elaborado con datos de la Encuesta de Producción 2000/2001, BCN.

La preponderancia del manejo tradicional del cultivo de café tiene efectos en los bajos rendimientos del cultivo respecto a países de la región, así como en la poca diversificación de las actividades en las plantaciones, poco aprovechamiento de tecnologías amigables con el medio ambiente y mala organización del proceso productivo. Sin embargo, el análisis de los costos de producción de productores típicos de estas tres tecnologías refieren una mayor rentabilidad para la tecnología tradicional debido a los bajos costos unitarios.

En el cuadro que se detalla a continuación, se presentan los costos de producción por manzana para el café arábigo en el sistema tecnificado, semitecnificado y tradicional.

Costos de Producción por Tecnología CICLO 2001/02

Cuadro No. 11

Conceptos	Tecnif.	Semitec.	Tradic.
Costo agrícola total (US\$/mz)	1,345.91	858.67	138.41
Rendimiento (QQ pergamino húmedo/mz)	64.00	40.00	12.50
Coefficiente de rendimiento pergamino húmedo – oreado	0.86	0.86	0.86
Costo unitario en finca (US\$/QQ pergamino oreado)	24.45	24.96	12.88
Costo neto de procesamiento (US\$/QQ oreado)	5.63	5.63	5.63
Transporte finca – beneficio	0.50	0.50	0.50
Beneficio húmedo	1.00	1.00	1.00
Beneficio seco	3.00	3.00	3.00
Costos de manejo (carga y descarga, etc.)	1.13	1.13	1.13
Coefficiente de rendimiento pergamino oreado – oro	0.50	0.50	0.50
Costo unitario en beneficio equivalente US\$/Qq oro	60.16	61.17	37.00

Fuente: Elaborado con datos de MAGFOR.

5.3. La Calidad del Café de Nicaragua

Las variedades en el mercado externo se caracterizan por la naturaleza y textura de los granos. Los tipos más importantes de café en el comercio internacional son Arábica y Robusta. Las variedades arábica se producen en el hemisferio occidental, mientras que las robustas se producen generalmente en Brasil y África, junto a gran cantidad de tipos arábica, y su mercado principal es la Bolsa de Londres.

Parámetros de Evaluación de la Calidad del Café

En el procesamiento del café se miden las características del grano:

- | | |
|----------|--------------------------|
| 1. Forma | 2. Tamaño y densidad |
| 3. Color | 4. Resultado del tostado |

Una vez tostado el café se miden las características organolépticas como:

- | | |
|-----------|-----------|
| 1. Aroma | 2. Cuerpo |
| 3. Acidez | 4. Sabor |

El café arábigo produce una bebida suave, con buenas características de aroma y acidez, así como cuerpo mediano y exquisito sabor. Son muy cotizados en el mercado internacional y se venden a los más altos precios debido a su alta calidad y disponibilidad limitada. En cambio, el café robusta es mucho más comercial, produce una bebida amarga, con menor acidez y aroma; sus precios son menores que los arábica y su disponibilidad en el ámbito mundial es mayor.

La calidad del café tiene sus normas internacionales, las cuales están reguladas por la Organización Internacional de Estándares (ISO). De estos parámetros, la Bolsa de Nueva York ha tomado las normas básicas para definir patrones de calidad y sus precios correspondientes. El producto se clasifica, según su origen y formas de preparación, en cuatro grandes grupos que son:

- Suaves colombianos
- Otros suaves
- Arábigos brasileños y otros arábigos
- Robustas

Nicaragua, junto a los demás países centroamericanos, se ubica dentro del grupo de Otros Suaves de variedad arábica. Con estos cafés se hacen las mezclas (*blends*) de variedades y procedencias dispares para mejorar el aroma y el gusto del café. Nicaragua exporta café en grano Arábica esencialmente hacia países europeos, Alemania principalmente.

La clasificación del café nicaragüense se realiza a partir de ciertas características ligadas a la zona de origen y a la variedad. Entre los tipos de café más importantes se especifican siete predominantes, donde los oriundos de la zona norte del país son los que ejercen mayor dominio según se muestra en el Cuadro No. 12 que sigue.

Los elementos básicos para determinar la calidad del café nicaragüense son¹⁰: variedad, altura de las plantaciones sobre el nivel del mar, tamaño del grano, beneficiado húmedo y seco. El tamaño del grano, aunque muy apetitoso a la vista, no tiene mayor efecto en la calidad del café o en las características de su taza. Sin embargo, la combinación del factor variedad con altura sí influye directamente en la calidad del mismo.

Los primeros cinco tipos de café provienen de la zona norte de Nicaragua (Jinotega y Matagalpa), mientras que el tipo Prima es característico de la zona de Boaco y el Buen Lavado es común de la zona de Carazo y El Crucero.

¹⁰ Guía práctica para la venta de café. Asociación de exportadores de Café de Nicaragua (Excan), abril 98

Tipos de Café en Nicaragua**Cuadro No. 12**

No.	TIPO	CALIDAD	ALTITUD (MSN)
1	Segovía SHB: Strictly Hard Bean Carrie FHB: Fancy Hard Bean	Lavado Matagalpa/Jinotega, (SHB) Estrictamente duro.	1051-1500
2	SHG: Strictly High Grown SHG-T: Strictly High Grown -Terser	Lavado Matagalpa/Jinotega. (FHB) Duro de fantasía.	1051-1500
3	Maragogype	Lavado Matagalpa/Jinotega. (SHG)	800-1050
4	Prima Buen Lavado: GW (Good Washed) (SHG-T)	Lavado Matagalpa/Jinotega tercera.	Variable
5		Lavado Matagalpa/Jinotega.	Variable
6		Maragogype.	750-900
7		Lavado Nicaragua/Central standard. Lavado Nicaragua/Standard (B.L.)	450-750

Fuente: Manual de la Caficultura de Nicaragua. UNICAFE, 1996.

El café con calidad Lavado Matagalpa/Jinotega, conocido también como café cultivado estrictamente en alturas superiores a los 750 metros sobre el nivel del mar, representa un 75 por ciento de la producción cafetalera de Nicaragua¹¹. Se le conoce como Matagalpa/Jinotega porque en esta zona se produce la mayor parte. En términos generales puede decirse que este café es la base para la separación de calidades por altura, pues en las zonas mencionadas se produce café a alturas superiores, hasta alcanzar en algunos casos 1,500 metros sobre el nivel del mar. Sin embargo, en el norte del país (Nueva Segovia, Madriz y Estelí), se produce también de esta misma calidad, lo mismo que en Boaco, parte del volcán Mombacho, en Granada y en las Sierras de Managua, en El Crucero.

Se ha definido como café gourmet en Nicaragua, a aquellas calidades y variedades cultivadas a más de 1,200 metros de altura, bajo sombra y condiciones que ameritan un reconocimiento o certificación por parte de las empresas establecidas en el país y cuyos mercados de destino son principalmente los EEUU y Europa.

En esta clasificación se encuentran los cafés orgánicos y los amigables con el medio ambiente. También pueden considerarse gourmet, aquellos cafés producidos a menores alturas y en regiones específicas como en el Pacífico, pero que, en su demarcación territorial, se trata de una plantación con características excepcionales.

5.4. Evolución Productiva del Café

Los vaivenes de la actividad cafetalera nicaragüense están altamente correlacionados con la ciclicidad de la producción mundial y por ende, con los altibajos de los precios internacionales. Durante los años sesenta las áreas cultivadas fueron de

¹¹ Estudio de cadena del café del MAGFOR

unas 130 mil Mz, para caer en los años setenta a 120 mil, y repuntar en los finales de los 70 a 140 mil Mz. La depresión más fuerte de la actividad cafetalera se da durante los años 80, cuando llega a 99 mil Mz en el ciclo agrícola 1989/90.

Pero aunque hay alta relación entre la variación de las áreas del cultivo de café con los altibajos de los precios internacionales, su mayor o menor repunte está también en estrecha dependencia con la existencia de programas de apoyo gubernamental para la renovación o ampliación de las áreas de siembra. Según las estadísticas del Ministerio Agropecuario y Forestal, desde el ciclo 1990/91 hasta el 2000/01, las áreas sembradas de café se han incrementando anualmente en un 2.7 por ciento, en correspondencia con un período de precios internacionales atractivos y el concurso de políticas proexportadoras como la política cambiaria, el reintegro tributario, las exoneraciones fiscales y los mencionados programas para la renovación de cafetales. El incremento porcentual de áreas dedicadas a este cultivo en el período 1990 - 2001 es del orden del 46 por ciento, habiendo pasado de 106 mil manzanas en el ciclo 1990/91 a 154.7 mil en el ciclo cafetero 2001/02. Esta es la tasa de crecimiento más alta de expansión del cultivo entre los países centroamericanos.

Los incrementos en las áreas de siembra condujeron, lógicamente, a mayores volúmenes de producción, al punto de que para el ciclo 1999/2000 se rompió la barrera de los 2 millones de quintales, los rendimientos saltaron por encima de los 14 qq/mz (14.53), tal como se aprecia en el cuadro No. 13. Esta situación de incremento generalizado en los indicadores de la actividad cafetalera (área, rendimiento de producción, precio) pudo haber continuado de no haberse deteriorado una de estas variables (el precio), que cayó desde US\$ 149.3/qq en 1995 hasta US\$ 54.8 en el 2001, con el cual no se cubren los costos de producción y comercialización (Ver Anexo No. V).

Café: Área, Rendimiento y Producción 1980/81 - 1990/02

Cuadro No. 13

Ciclos	Área Miles de Mz	Crec. Anual	Rendimientos QQ oro/Mz	Crec. Anual	Producción Miles QQ oro	Crec. Anual
1980/81	134.2		9.57		1,284.9	
1981/82	125.7	-6.35	0.56	10.34	1,327.9	3.35
1982/83	125.0	-0.56	12.46	17.99	1,568.3	18.10
1983/84	128.1	2.48	8.35	-32.99	1,069.6	-31.80
1984/85	125.6	-1.95	8.88	6.35	1,115.0	4.24
1985/86	121.8	-3.03	6.31	-28.94	768.7	-31.06
1986/87	110.1	-9.58	8.55	35.50	942.0	22.54
1987/88	103.0	-6.44	8.15	-4.68	839.6	-10.86
1988/89	102.0	-0.95	9.25	13.50	944.4	12.48
1989/90	99.1	-2.84	9.90	7.03	981.9	3.96
1990/91	106.5	6.90	5.70	-42.42	604.2	-38.47
1991/92	106.5	0.45	9.70	70.18	1,033.1	70.99
1992/93	107.1	0.58	6.73	-30.62	721.2	-30.19
1993/94	105.3	-1.62	8.73	29.72	920.0	27.57
1994/95	107.8	2.38	8.29	-5.04	894.0	-2.82
1995/96	120.2	11.50	9.98	20.39	1,200.9	34.32
1996/97	120.7	0.37	9.11	-8.72	1,099.7	-8.43
1997/98	132.8	10.07	10.79	18.44	1,433.7	30.37
1998/99	133.5	0.51	10.78	-0.09	1,439.3	0.39
1999/00	143.3	7.37	14.53	34.79	2,083.2	44.74
2000/01	154.7	7.89	11.69	-19.55	1,808.5	-13.19
2001/02	154.7	0.00	7.65	-34.56	1,185.0	-34.48
2002/03 a/	154.7	0.00	9.70	26.80	1,500.0	26.58
TCPA		3.5		5.0		8.6

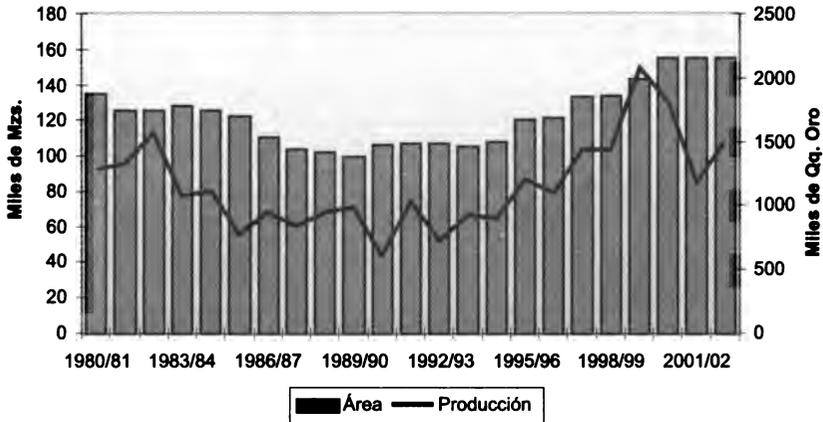
a/ : Estimado.

TCPA :Tasa de crecimiento promedio anual.

Fuente : Elaborado con datos de la Dirección de Estadísticas MAGFOR. (2002/03 estimado).

Gráfico No. 2

Área y Producción de Café



Desempeño Productivo del Café

Tasas de Crecimiento, 1990-2001

Cuadro No. 14

Países	Áreas %	Producción %	Rendimientos %
Nicaragua	3.5	6.3	2.7
Guatemala	0.2	2.5	2.2
Honduras	2.0	2.9	1.8
El Salvador	-0.7	-3.6	-3.3
Costa Rica	-0.2	-0.1	0.9

Fuente: Elaboración propia con base en datos de CEPAL y MAGFOR.

Indicadores de Producción de los Países Centroamericanos

Cuadro No. 15

Conceptos	Año	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Total
Producción (Miles de Qq)	1990	3,308	3,132	4,200	2,604	932	14,176
	1995	3,306	3,040	4,700	2,919	894	14,859
	2000	3,391	2,798	5,516	4,266	2,083	18,054
	2001	3,263	2,091	5,500	3,549	1,800	16,203
Área (Miles Mz)	1990	233	378	281	98	1,153	
	1995	155	230	373	320	119	1,197
	2000	151	229	388	348	142	1,257
	2001	151	229	388	348	153	1,268
Rendimiento Qq/Mz	1990	20	13	11	9	9	12
	1995	21	13	13	9	8	13
	2000	23	12	14	12	15	14
	2001	22	9	14	10	12	13

Fuente: CEPAL.

VIII. El Mercado del Café

6.1. El Mercado Internacional del Café

El mercado mundial del café se caracteriza actualmente por un fuerte crecimiento de la producción frente a un crecimiento más lento en el consumo, situación que ha incidido directamente en la caída de los precios.

En el 2001 la producción mundial superó de nuevo al consumo mundial, que creció sólo 1 por ciento, en línea con la tendencia observada en el último quinquenio. Debido a la sobreoferta de alrededor de 10 millones de sacos de 60 Kg y al volumen récord de exportaciones (88.7 millones de sacos), los inventarios en los países importadores alcanzaron 25.5 millones de sacos, casi tres veces más que el nivel deseable para obtener un precio remunerativo. En consecuencia, el precio compuesto se mantuvo en menos de 50 dólares el quintal (46 Kg.), el más bajo en términos reales en más de 50 años.

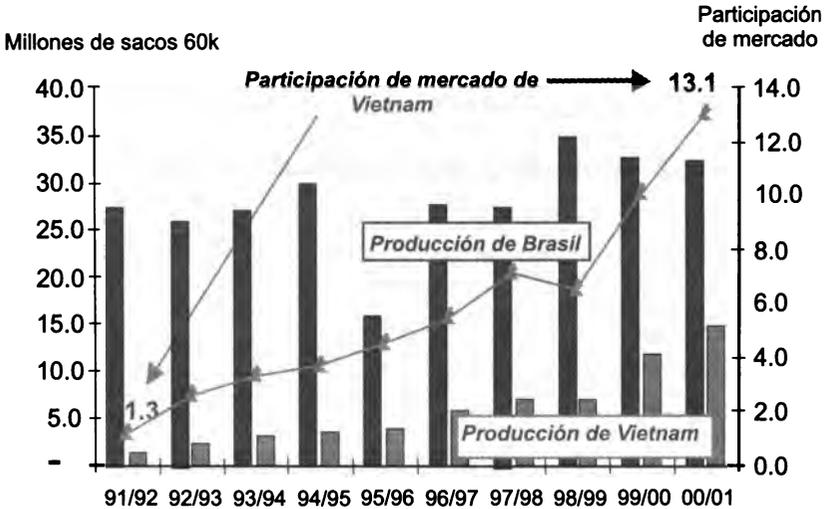
Con la demanda creciendo lentamente, y la producción aún a niveles altos, la mayoría de los analistas pronostican que la recuperación del precio del café será lenta, por lo menos a corto plazo.

En parte, el origen de la sobreproducción se debe a la mayor producción de Brasil, país que produce alrededor de la cuarta parte de la oferta global. De acuerdo a un informe de la CEPAL, este país logró aumentar su producción con el proceso de recuperación, apoyado en el bajo costo de las tierras, el importante parque cafetero, la disponibilidad de mano de obra, la topografía plana, las condiciones favorables para riego, la tecnología apropiada y sobre todo el desplazamiento de la producción hacia áreas menos expuestas a las heladas o sequías. También influyó la depreciación del tipo de cambio real, que incentivó el incremento de la producción y de las exportaciones. Pero también contribuyeron a ese aumento Vietnam, con la productividad por área más alta del mundo, México, Costa de Marfil e Indonesia. Hay que destacar con especial énfasis, que si bien la producción vietnamita es fundamentalmente de café robusta, considerado de menor calidad que las variedades suaves y otras arábicas cosechadas por los principales productores latinoamericanos, su agresivo ingreso a la oferta global, (elevándose del 4 al 13 por ciento de participación), acentuó el desequilibrio en el mercado mundial.

6.1.1 Tendencias del Mercado Internacional

Algunos expertos han señalado que "los aumentos en el mercado de alta calidad están siendo compensados por pérdidas en otras partes", mientras tanto, nuevos mercados no tradicionales están emergiendo y creciendo rápidamente, impulsados por la disponibilidad de cafés baratos en forma soluble.

Gráfico No. 3



Fuente: Datos presentados en el documento Transición Competitiva del Café Centroamericano, elaborado por el BID y el BIRF, abril 2002.

Además de estas tendencias, el ingreso resulta ser un factor significativo en el consumo del café. El consumo en el norte de Europa, particularmente en Alemania, se ha estancado, pero existe aumento en el sur del continente, así como en la mayoría de los países de Europa Oriental y en partes de Asia, impulsado por la disponibilidad de robusta barato, lo cual ha permitido que los tostadores ofrezcan un producto a precios accesibles. En Brasil los tostadores han adoptado un método contrario, concentrándose en el etiquetado y la calidad en el mercado interno. Esto ha incrementado la demanda interna y ayudado al país a convertirse en el segundo consumidor más grande del mundo.

Mientras que el abastecimiento ha crecido, la calidad del café verde en algunas partes del mundo también ha mejorado. Los granos de más alta calidad de Brasil, derivados de mejores capacidades de lavado y controles de calidad, están intensificando la competencia con los cafés "Extra Duro", "Prime" y

"Extra Prime" de Centroamérica. También hay mejoras en la calidad en Vietnam — evidenciadas por los resultados favorables de la evaluación de los mercados de futuros de café — permitiendo que los tostadores usen más estos cafés.

6.1.2 Mercados de Cafés Sustentables¹²

La tendencia de los mercados incorpora cada vez más el concepto de los beneficios ambientales que provee el café tradicional de sombra, así como la creciente demanda de cafés especiales, aspectos que pueden compensarse mutuamente entre una producción de café de mayor calidad que provea mayores ingresos a los productores cafeteros y la conservación ambiental.

Café orgánico es el que se produce con métodos que conservan el suelo y prohíbe el uso de sustancias químicas sintéticas.

Café de comercio justo es el que se compra directamente a las cooperativas de pequeños agricultores, garantizándoles un precio de contrato mínimo.

Café de sombra es el que se cultiva bajo la bóveda forestal, en entornos de selva, y es benéfico para la biodiversidad y las aves.

Cada una de estas categorías en la práctica suelen trasladarse. Por ejemplo, el café de comercio justo es con frecuencia, mas no necesariamente, orgánico, y el café orgánico es a veces, pero no siempre, cultivado bajo sombra.

¹² Tomado de la encuesta aplicada a importadores, torrefactores mayoristas, torrefactores minoristas y los minoristas, de la industria de café, por Daniele Giovannucci, para las firmas Summit Foundation, Nature Conservancy, Comisión para la Cooperación Ambiental de América del Norte, Asociación Estadounidense del Café de Especialidad y el Banco Mundial

El café de especialidad ha pasado de ser una pequeña parte del mercado a conquistar más del 20 por ciento del mercado de los Estados Unidos, y se espera que crezca a un ritmo del 20 por ciento anual.¹³

Estos mercados perciben un valor adicional en estos cafés. Con los precios actuales ya cercanos a los costos de producción en muchos países, los cafés sustentables y los sobrepagos que éstos logran en el mercado son una de las perspectivas positivas para los productores. El sobrepago para estos tipos de café se estima entre US\$ 0.10 y US\$ 1.5 por libra. El promedio para la industria se ubicó entre \$0.53 y \$0.62.

Sobrepagos Pagados por cada Tipo de Café

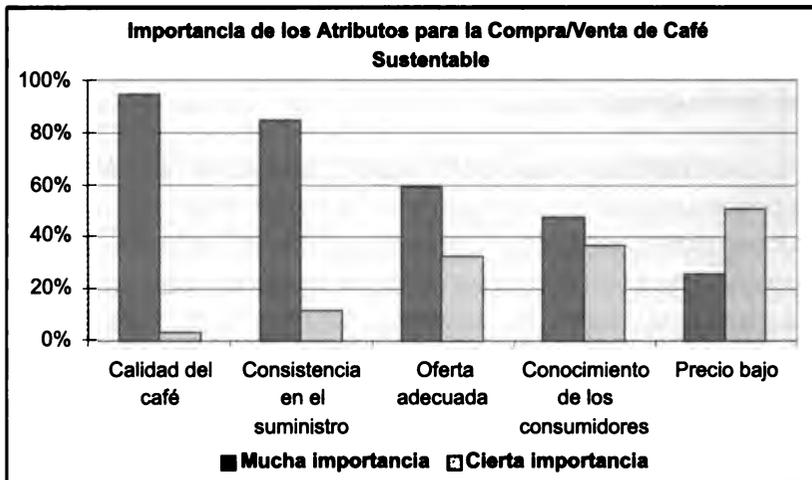
Sustentable (Ctv.US\$/Lb)	Cuadro No. 16		
	Orgánico	De comercio justo	De sombra
Conceptos			
Minoristas	0.64	0.65	0.60
Torrefactores	0.46	0.51	0.41
Mayoristas	0.50	0.58	0.49
Distribuidores	0.47	0.48	0.44
Importadores	0.36	0.74	0.35
Promedio de la industria	0.59	0.62	0.53

Fuente: Bendaña y Allgood, 2001

De todos los cafés sustentables, el orgánico es el que más se vende. Desde minoristas hasta importadores, un 56.1 por ciento manifestó vender café orgánico, en tanto que un 36.8 por ciento afirma vender café de comercio justo y 34.4 por ciento café de sombra. El café de sombra —prácticamente desconocido en el mercado en 1997— hoy día es comercializado por numerosas compañías y presenta un sólido crecimiento.

¹³ Bendaña y Allgood, 2001.

Gráfico No. 4



Fuente: Banco Mundial, Encuesta de Cafés Especiales 2001

Al igual que sus homólogas estadounidenses, las empresas canadienses tienden a abastecerse de café sustentable de América Latina, más que de otras partes del mundo. Entre los canadienses es mucho más marcada la propensión a importar café orgánico de México, Guatemala, Perú y Nicaragua; café de comercio justo de México, Perú y Nicaragua, y café de sombra de Guatemala, México y Perú.

En la Unión Europea, los mercados del café de comercio justo son considerablemente mayores que los de Estados Unidos; los del café orgánico son sólidos y los del café de sombra, relativamente novedosos. En Japón el café orgánico es bien conocido; el de sombra ha logrado algunos avances muy modestos y el de comercio justo es relativamente novedoso. También existen posibilidades de consumo en los mercados internos de algunos de los países productores. México, Jamaica y Brasil, entre otros, ya muestran éxito en esta opción con ventas internas cada vez de mayor calidad.

6.2. Centroamérica y Nicaragua en el Mercado Mundial

Durante la última década Centroamérica ha significado aproximadamente el 12 por ciento de las exportaciones mundiales, siendo Guatemala el país con más peso dentro de este grupo con un 35 por ciento de las exportaciones centroamericanas y un 5 por ciento de las exportaciones mundiales. En segundo lugar está Costa Rica y le siguen El Salvador, Honduras y Nicaragua (Ver Anexo No. VI)

Gráfico No. 5



Fuente: FAO

Aunque entre los países centroamericanos, Nicaragua es el país con menor participación dentro de las exportaciones mundiales (2 por ciento) y centroamericanas (7 por ciento), en la última década ha crecido más rápidamente en términos de volúmenes exportados con relación al resto de Centroamérica, con una tasa de crecimiento del 8 por ciento anual. En cambio Guatemala ha crecido en un 4 por ciento, Honduras en un 5 por ciento y Costa Rica muestra un decrecimiento del 0.5 por

ciento. El Salvador prácticamente se ha mantenido constante en el volumen de sus exportaciones.

Las exportaciones de café de Nicaragua se destinan a dos grandes mercados principales, hacia donde se exporta el 62 por ciento del total: Estados Unidos (34 por ciento) y Alemania (28 por ciento). En menores cantidades se exporta a Israel, Marruecos, Bélgica, España, Francia, Inglaterra y Holanda.

Gráfico No. 6

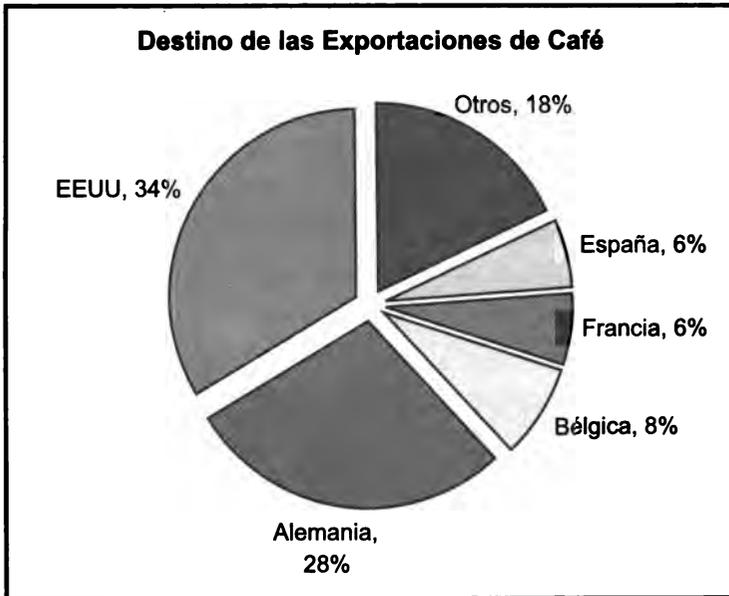


Fuente: FAO

Las exportaciones de café en el año 2001 son, en términos de volúmenes, 2.26 veces las de 1990, es decir, pasaron de 848.9 miles de quintales a 1,915.5 miles, en consonancia con la bonanza de precios internacionales. Sin embargo, en términos de los valores exportados, la tendencia se mantuvo hasta 1999, cuando comenzaron a caer los precios. En el año 2001, los valores de las exportaciones son solamente 1.55 veces las de 1990 y su aporte se ha reducido al 18.53 por ciento de las exportaciones totales (Anexo No. V).

Señala Bendaña en su estudio (2001), que Nicaragua tiene ventajas comparativas ante otros países en la exportación de café, ya que sus variedades y calidades le permiten obtener mejores precios que los del café de Vietnam y Brasil en períodos de crisis. Por otro lado, aunque el café nicaragüense es de calidad similar a los producidos por Costa Rica y El Salvador, en estos países el recurso tierra es caro, lo cual también le otorga a Nicaragua ventajas comparativas.

Gráfico No. 7



Fuente: MIFIC.

Aún con estas ventajas, el hecho de que Nicaragua sea exportador de café en grano (materia prima de la industria torrefactora internacional), le conlleva las mismas desventajas que a otros países en desarrollo que basan partes importantes de sus economías en estas exportaciones (primarias), que no se benefician del precio que se agrega en el proceso de transformación. El precio de exportación de Nicaragua representa en el año 2001 un 19 por ciento del precio final pagado por los consumidores de café tostado y molido.

El Gráfico No. 8 es ilustrativo de la brecha comercial del café vendido por Nicaragua. Comparando estos datos con años anteriores, se ve que este porcentaje del precio de exportación del café en grano es cada vez menor, es decir, la brecha comercial se ha ido ensanchando, siendo precisamente mayor cuando los precios internacionales del café en grano están bajos. El precio final del café tostado y molido no oscila en las mismas proporciones que el grano, lo cual perjudica a los productores, sin beneficiar a los consumidores. El precio final al consumidor se mueve lentamente mientras el precio del café en grano sufre grandes oscilaciones. Mientras el precio internacional del café en grano ha caído estrepitosamente, el precio al consumidor se mantiene relativamente estable, es decir, una mayor proporción del precio final se queda en los países consumidores, que son generalmente los más desarrollados y la peor parte la asumen los países productores de materia prima, generalmente países en desarrollo. Los más amplios márgenes quedan, por tanto, no solo en los países desarrollados sino particularmente en los sectores a cargo de la industria y la comercialización.

Pero contrario a lo que sucedió durante los años 80, la calidad del café exportado por Nicaragua ha venido mejorando. En general, la calidad del café en Nicaragua es claramente muy buena, no teme a la competencia del café de Costa Rica o de Colombia y es mejor que otros, como los de Honduras y Brasil. Claramente hay que distinguir entre el café de altura (en Matagalpa, Jinotega y Nueva Segovia crece a más de mil metros y entonces gana en acidez), que es considerado de marca muy apreciada y que representa la mayoría de la producción y el otro, de inferior calidad.

Se estima que más del 80 por ciento del café producido en Nicaragua es potencialmente elegible para el mercado de cafés especiales, que incluso durante la crisis actual han logrado precios de US\$120 por quintal o más (el precio de café normal se cotiza en US\$53 por quintal).

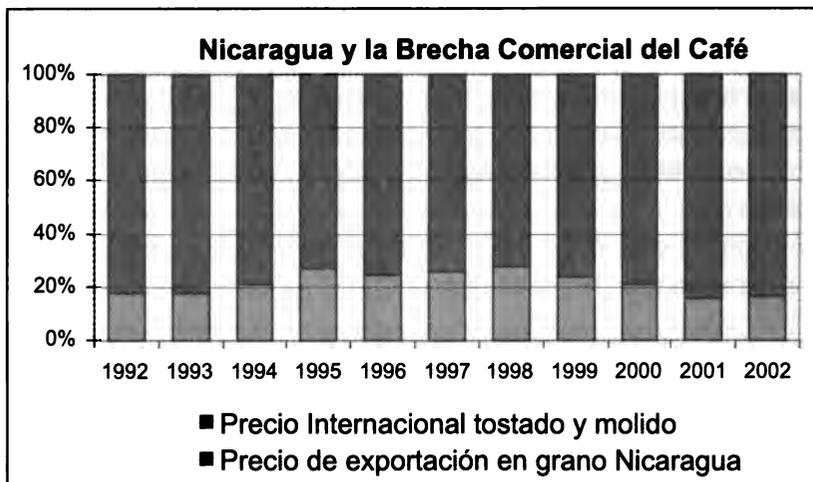
El problema del desconocimiento del café de Nicaragua en el mercado internacional, no parece depender del tipo de café cultivado. Un especialista en catar (Jean Jacques Perriot), considera que el café de Nicaragua es menos conocido en el mercado, no porque carezca de calidad, sino porque no se ha trabajado en su promoción. La Unión Nicaragüense de Cafetaleros (UNICAFE), asegura que Nicaragua cuenta con avances en materia de calidades, e identifica como una debilidad el poco mercadeo en el exterior.

La tendencia de crecimiento observada para este nicho de mercado, obliga a pensar en la necesidad de estudios que conduzcan a la elaboración de un mapa de calidades, el establecimiento de marcas de origen y/o denominaciones especiales, aumentar el conocimiento sobre la demanda de calidad del mercado y la "calidad en la taza".

Recientemente se constituyó la asociación de productores de café gourmet conocida como Asociación de Productores de Cafés Especiales de Nicaragua, que aglutina a unos 25 miembros. Esta asociación está debidamente reconocida por la Asociación Americana de Cafés Especiales y ha realizado pruebas de calidades de nuestro café con resultados muy satisfactorios. Se estima que unos 2,500 productores se benefician de los precios preferenciales por producir orgánico o ecológico o cafés de comercio justo.

Numerosos estudios han insistido recientemente en la necesidad de que Nicaragua explote mejor su potencial para exportar diferentes tipos de café sustentables, beneficiándose de elementos como el que las variedades de café cultivadas de manera natural bajo la sombra, pueden tener un perfil de sabor superior. Los esfuerzos de política en materia de certificación de la calidad del café, pueden significar una excelente protección contra las caídas de precios del mercado a la vez que aporta sobreprecios.

Gráfico No. 8



Fuente: Elaboración propia con base en datos del BCN y MAGFOR

Por otro lado, aunque aún pequeño en valores absolutos, es notorio el crecimiento de las exportaciones de café molido instantáneo. La industria de café está exportando con diferentes empaques y mezclas según la demanda de sus mercados específicos. El crecimiento de estas exportaciones es del 173 por ciento anual, y están participando en el año 2001 con un 1.3 por ciento de las exportaciones totales del país, y un 7 por ciento de las exportaciones del rubro. El destino de las exportaciones de café molido es Centroamérica. En 1999 el 80 por ciento de dichas exportaciones se destinaron a Centroamérica y solo El Salvador representó el 60 por ciento del total. En el 2000 las exportaciones a Costa Rica fueron un 80 por ciento del total y en el año 2001 El Salvador importó 44 por ciento, Guatemala 27 por ciento y Alemania el 13 por ciento.

6.3. El Mercado Doméstico

La oferta nacional de café se compone básicamente de la producción nacional menos las exportaciones, la cual se estima en un 15 por ciento de la producción, es decir, unos 225 mil quintales en el último año.

Las importaciones del grano son insignificantes, pues representan solo el 0.15 por ciento del volumen de las exportaciones de café en grano. La industria del café soluble en Nicaragua es la única importadora de grano, sus costos de importación son bajos y provienen de mercados de Centro y Sur América. Estas importaciones son realizadas para elaborar mezclas y se refieren a la variedad robustas con precios de US\$ 24.7 por quintal. También existen pequeños volúmenes de importaciones de café instantáneo que solo representan el 6.83 por ciento de las exportaciones que realiza el país por el mismo concepto. Ambos rubros mantienen, por tanto, un saldo positivo en su balanza comercial.

La industria del café soluble consume entre 2 y 3 por ciento del total producido en el país, mientras el consumo interno como café verde, tostado y molido es del 10 y 13 por ciento, es decir, unos 200,000 quintales cada año. La gran industria de café soluble se muestra dinámica. Según fuentes de la encuesta de empresas de manufactura del BCN, la producción de café instantáneo ha crecido en 565 por ciento de 1995 al 2000.

Las nuevas plantas tostadoras de café han estado en Nicaragua durante los últimos tres años y producen para el mercado doméstico con una pequeña capacidad instalada. Hay unas 50 marcas de café tostado y molido. Actualmente, una nueva planta tostadora que usa tecnología moderna de los EEUU, está en proceso de ser instalada en Managua.

El consumidor nacional es poco exigente y sus preferencias dependen de la capacidad de compra del sector que representa. Normalmente se adquiere la presentación de 1/4 de libra del café para percolar, y la bolsita para una taza en el caso del café instantáneo. La población muestra una alta preferencia por el café instantáneo o soluble.

Indicadores del Comercio de Café. (1000 Sacos Café Verde).

Ciclos agrícolas	1996-97	1997-98	1998-99	1999-00	2000-01	2001-02
Producción	1,099.70	1,433.72	1,439.32	2,083.26	1,808.52	1,185.00
Importaciones grano	0.0	0.9	0.0	42.5	31.6	2.9
Exportaciones grano	1,059.4	820.4	1,182.1	1,253.6	1,815.0	1,915.51
Export./Producción %	96	57	82	60	100	161

Nota : Los datos de comercio corresponden al año de inicio del ciclo.

Fuente : Elaboración propia con datos del MAGFOR y UNICAFE.

Según datos del USDA, en el cuadro No. 18, el consumo per cápita de café de Nicaragua es de 1.4 kg/hab y está en el lugar número 16 entre los países productores. En estos mismos datos, Costa Rica, El Salvador y Honduras ocupan los lugares 2, 4 y 5. Pero la encuestas de Medición del Nivel de Vida (Cuadro No. 19) realizada por el Instituto Nicaragüense de Estadísticas y Censos en 1998, indican un consumo per cápita de café molido/instantáneo, de 6.1 libras anuales (2.77 kg/hab), el cual es mayor en los hogares urbanos (6.5 libras per cápita anuales) que en los hogares rurales (5.6 libras per cápita anuales), ubicando a Nicaragua en posición similar a las de Honduras y El Salvador.

Consumo Percápita por Países Productores				Cuadro No. 18	
Lugar	País	Kg./Hab	Lugar	País	Kg./Hab
1	BRASIL	4.490	14	MADAGASCAR	1.493
2	COSTA RICA	4.328	15	MALASIA	1.442
3	HAITÍ	2.995	16	NICARAGUA	1.393
4	EL SALVADOR	2.780	17	GABON	1.210
5	HONDURAS	2.702	18	CUBA	1.030
6	COLOMBIA	2.405	19	FILIPINAS	0.892
7	REP. DOMINICANA	2.189	20	INDONESIA	0.642
8	VENEZUELA	1.860	21	MÉXICO	0.627
9	PANAMA	1.668	22	GUINEA ECUATORIAL	0.540
10	GUATEMALA	1.665	23	PERU	0.517
11	NUEVA CALEDONIA	1.563	24	TRINIDAD Y TOBAGO	0.470
12	ETIOPÍA	1.532	25	TAILANDIA	0.449
13	ECUADOR	1.500			

Fuente: Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA).

Consumo Anual de Café: Encuesta de Medición del Nivel de Vida, Año 1998

Quintiles poblacionales basados en consumo. a/

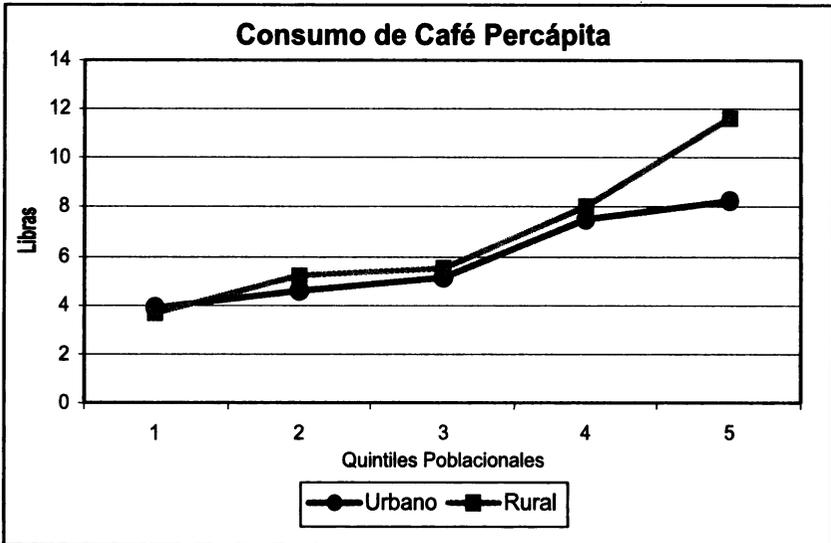
Cuadro No. 19

Conceptos	1	2	3	4	5	Total
Volumen Total en Lbs b/						
Urbano	954.2	1,657.0	2,795.9	5,030.5	6,583.0	17,020.7
Rural	2,637.3	3,087.5	2,352.5	2,335.6	1,967.8	12,380.8
Total	3,591.6	4,744.5	5,148.4	7,366.2	8,550.9	29,401.6
Consumo per cápita en Lbs.						
Urbano	3.9	4.6	5.2	7.5	8.3	6.5
Rural	3.7	5.2	5.5	8.0	11.7	5.6
Total	3.7	5.0	5.3	7.7	8.9	6.1

a/ : El primer quintil es el más pobre.b/ : Miles de libras.

Fuente: Encuesta de Medición del Nivel de Vida, INEC 1998.

Gráfico No. 9



Fuente : Encuesta de Medición del Nivel de Vida, INEC 1998.

6.4. Análisis de los Precios

6.4.1 Precios Internacionales

Los precios internacionales cambian cada segundo influenciados por dos elementos: la producción y las existencias mundiales. En la medida que uno de ellos es afectado, el precio se modifica.

Existen dos grandes mercados que manejan la oferta y demanda: Nueva York, el centro de bolsas de mayor influencia, y Londres por ser la sede de la OIC y puerta de entrada para las exportaciones mundiales.

En los últimos años el precio internacional ha caído abruptamente, casi a la mitad del que se registraba hace tan sólo un año, y un 75 por ciento desde 1994. A mayo del 2002, el precio es de solamente US\$ 53 el quintal, el nivel más bajo en los últimos cien años. Las causas ya se refirieron en el acápite 6.1 y tienen que ver con los altos inventarios en manos de tostado-

res, ya que el crecimiento en la producción del grano, que alcanzara cifra récord de 115 millones de sacos, supera la demanda al estancarse los niveles del consumo mundial. Otro factor relevante en esta tendencia es que la reciente entrada de nuevos productores al mercado ha contribuido a generar una sobreoferta, detonando así una nueva crisis del mercado del café al inicio del nuevo milenio.

Los precios promedio del café de las naciones miembros del Convenio Internacional del Café (CIC) se mantuvieron más o menos estables hasta 1989, año en que los países productores y consumidores decidieron suspender la cláusula económica de dicho convenio establecido años atrás, cuyo objetivo era el sostenimiento de los precios entre 120 y 140 centavos dólar por libra a través de cuotas. A partir de ese año en que se liberó el mercado, los precios tuvieron una caída brusca, hasta llegar a los US\$ 53.35/qq oro en 1992 y han tenido un comportamiento cíclico de bajas y alzas.

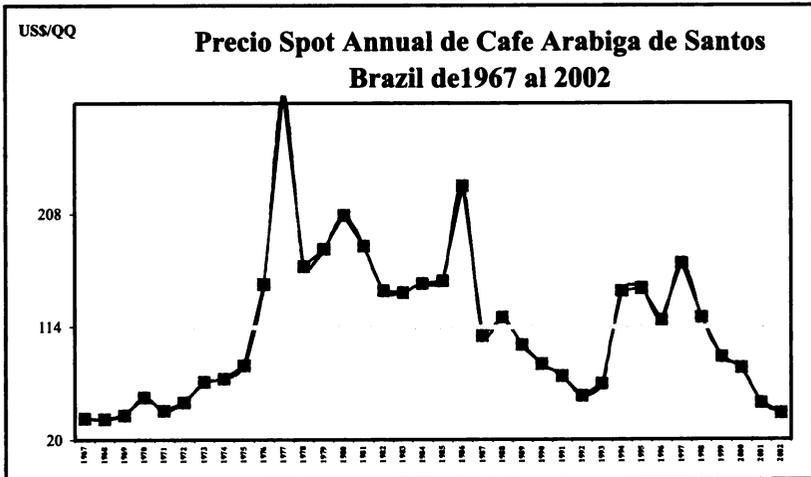
La caída abrupta de los precios ha llevado a que algunos países miembros de la OIC retomen el tema de la retención del grano y el tema de la calidad en las ventas externas. A octubre de 2001, el plan de retención era del 20 por ciento de la oferta exportable. Sin embargo, los esfuerzos de los países productores para revertir la tendencia de los precios internacionales no han fructificado.

Las variaciones de precios del café, de acuerdo con el gráfico de precios anuales, muestra ciclos de precios bajos que duran hasta cinco años y ciclos de precios altos que se acortan con el tiempo llegando a tres años en el último período. La actual tendencia de precios bajos es de largo plazo, iniciándose en 1998.

Debido a la estructura comercial de la industria del ramo cafetero en muchos países importadores, en especial en los Estados Unidos, la caída de los precios internacionales del aromático

no se reflejó en el nivel del consumidor final, lo que contribuyó al virtual estancamiento del consumo de café (103 millones de sacos). Las pérdidas de los productores se transformaron en importantes ganancias de las principales compañías transnacionales que dominan el comercio (Procter & Gamble, Philip Morris, Sara Lee y Nestlé, que controlan el 60 por ciento del mercado estadounidense y 40 por ciento de las ventas mundiales). En el año 2000, la producción mundial de café llegó a casi 11 mil millones de libras de café tostado, que generaron un comercio de 55 mil millones de dólares en el que los países productores sólo tuvieron una participación de 8 mil millones.¹⁴

Gráfico No. 10



Fuente: USDA

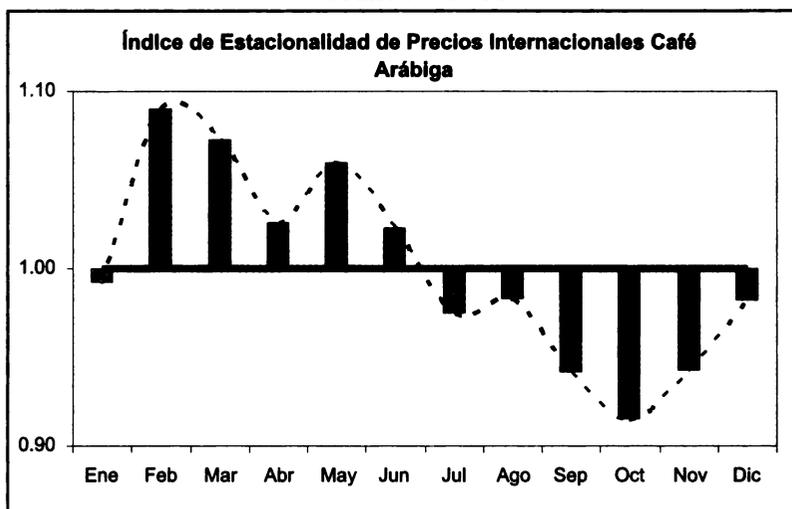
¹⁴ Impacto de la crisis del café en Centroamérica, de la CEPAL.

6.4.2 La Estacionalidad de los Precios Internacionales

El índice de estacionalidad del precio del café, a partir de la serie de precios del café arábica en la Bolsa de Nueva York desde 1967, permite construir el índice estacional a partir de 424 observaciones (34 años), utilizando el método de promedios móviles centrados a doce meses.

La construcción del índice trata de distinguir cuatro componentes básicos en una serie de precios, que son: a).- variaciones cíclicas, b).- variaciones estacionales, c).- irregularidades, y d). tendencia, buscando la determinación del patrón de variación estacional de los precios en el período indicado.

Gráfico No. 11



Fuente: Elaboración propia en base a precios internacionales

En el gráfico anterior se puede ver que los precios tienen un comportamiento cíclico de precios altos en los meses de enero a julio. Los meses con menores precios son los de agosto a diciembre. Estas variaciones están de acuerdo con las condiciones de la oferta mundial del café, sus períodos de cosecha y los de comercialización.

6.4.3 Precios Nacionales

A pesar de ser el principal rubro de exportación del país, no existen estadísticas sistematizadas, ni oficiales, ni de otro orden, del precio pagado al productor cafetalero. Algunos registros recolectados por las delegaciones territoriales del MAGFOR se muestran en el cuadro No. 21. En este cuadro se observa que durante los años de precios internacionales altos, el productor recibió un alto porcentaje del precio de exportación, debido a la competencia que se da entre las empresas exportadoras para cumplir con los contratos de exportación. Según investigación de campo, el precio al productor equivalente en oro (es decir, corregido por el coeficiente de transformación industrial del café uva a oro) fue de US\$ 43.53 para el productor que vendió pergamino húmedo en la finca; de US\$ 42.00 para el que vendió pergamino oreado en la finca; y de US\$ 54.00 para el productor que vendió café oro en la exportadora. De este modo, el precio reflejado en el cuadro para el año 2001 (US\$ 50), puede representar un promedio de los anteriores.

Según UNICAFE, un método para estimar el precio recibido por el productor es el que se establece deduciendo del precio de la Bolsa de Nueva York para el contrato "C", los gastos administrativos y de comercialización y las comisiones de acopiadores y exportadores, según punto de venta. De este método de cálculo resultó un precio al productor de US\$ 48.21 por quintal oro.

Sin embargo, de la información de campo recogida se conoció que el precio al productor es menor a lo que muestra el método de cálculo de las empresas exportadoras, pues frecuentemente hay uno o dos intermediarios que descuentan al productor alguno que otro costo de transporte y su propio margen de utilidad. Tal vez de una manera indirecta, pero no desarrollada del todo, los productores perciban porcentajes de los beneficios obtenidos por los precios más altos que los exporta-

Método de Cálculo del Precio al Productor, 2001. Cuadro No. 20

Conceptos	SHG
Precio Bolsa Nueva York	60.00
Diferencial de mercado positivo	4.00
Precio estimado de exportación	64.00
Retención IR productor	0.00
Retención IR exportador	0.00
Impuesto municipal (1% del ingreso bruto)	0.64
Certificado de calidad	0.20
Catación	0.10
CETREX	0.15
Beneficiado	8.00
Gastos administrativos	2.30
Gastos financieros	1.00
Saco de exportación	0.70
Transporte Agencia – Beneficio	1.00
Transporte Beneficio – Puerto	0.75
Agencia aduanera	0.45
Seguro	0.50
Deducciones totales	15.79
Precio estimado al productor en oro	48.21
Precio equivalente en pergamino oreado	24.11
Precio equivalente en pergamino húmedo	20.73

Fuente: Metodología de cálculo del precio al productor, según UNICAFE y exportadoras.

dores reciben como premio a la calidad, o de lo que logran captar como reintegro tributario por las exportaciones.

En el gráfico No. 12 se refleja la tendencia a la baja de los precios domésticos recibidos por el productor, en correspondencia con la caída de los precios internacionales. En ocasiones, el precio interno es casi similar al mercado internacional, ya que cuando las exportadoras tienen dificultades para cubrir su cuo-

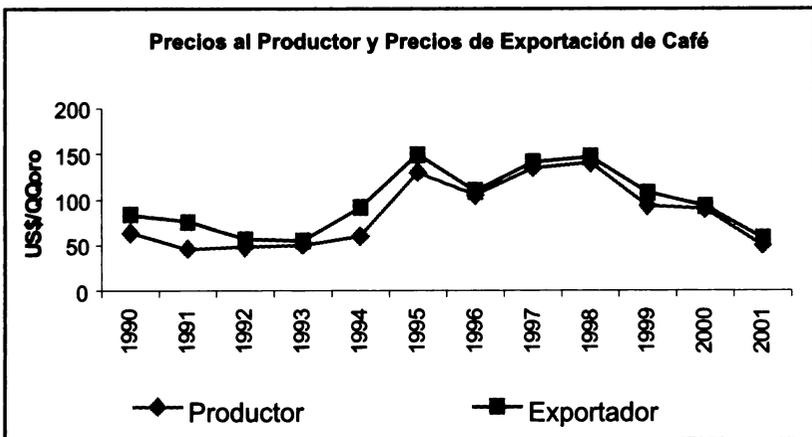
ta en el mercado internacional, compiten vía precio en el acopio del grano sobre todo en los últimos meses de la cosecha, situación que hace que el precio promedio nacional se eleve.

Precios del Café Oro en Dólares **Cuadro No. 21**

Años	Precios		Margen Bruto	
	Internacional	Productor	Exportación	US\$ %
1990	83.00	63.50	84.00	20.50 24.4
1991	72.90	45.90	76.00	30.10 39.6
1992	56.50	47.60	56.00	8.40 15.0
1993	66.60	50.00	55.00	5.00 9.1
1994	143.20	59.70	91.00	31.30 34.4
1995	145.90	130.00	149.00	19.00 12.8
1996	126.72	105.00	109.59	4.59 4.2
1997	190.50	135.00	141.01	6.01 4.3
1998	116.20	140.00	146.65	6.65 4.5
1999	93.44	93.10	89.90	-3.20 -3.6
2000	76.56	90.00	93.15	3.15 3.4
2001	63.07	50.00	64.70	14.70 22.7

Fuente: Elaborado con datos del MAGFOR y el BCN.

Gráfico No. 12



Fuente: Elaborado con datos del MAGFOR y el BCN

El análisis de relación de los precios nacionales de exportación con los precios de la Bolsa de Nueva York para el café arábica, muestra también el hecho antes mencionado de que los precios de exportación son mayores al precio de la Bolsa, dado que se ha logrado vender los café especiales a precios superiores.

Un análisis de correlación de ambos mercados mostró que el 50 por ciento de los coeficientes¹⁵ fue superior a 0.85 y casi una cuarta parte fue de 0.95 o más.

¹⁵ Un coeficiente de regresión (r^2) de 0.80, por ejemplo, señala que un 80% del precio de exportación de Nicaragua está explicado por el precio internacional.

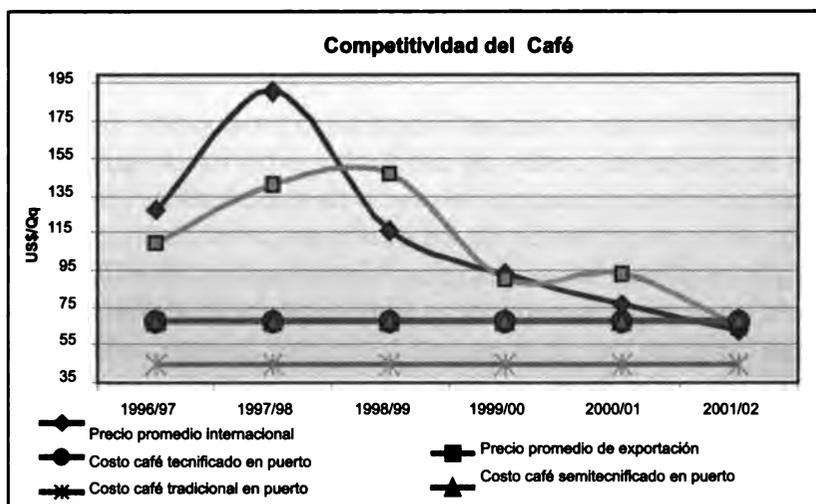
IX. Competitividad de la Producción Cafetalera

Para determinar la competitividad de la producción cafetalera, se simulan los costos de producir y exportar un quintal de café oro y se compara con el precio de exportación. La simulación se hace partiendo de los costos de producción agrícola según las diferentes tecnologías de producción utilizadas en el país: tradicional, tecnificado y semitecnificado. Posteriormente se agregan los costos de transformación (beneficiado) y comercialización (transporte, manejo, costos financieros, etc.), hasta ubicar un quintal de café oro en Puerto Corinto.

Los costos utilizados son los del año 2001 (es decir, una línea constante a lo largo de todo el período, como se ve en el gráfico), tanto en el segmento de la producción agrícola como en los costos de beneficios, transporte y otros de comercialización. Esta línea constante de costos se compara con dos precios: el precio promedio del café arábica en la Bolsa de Nueva York y el precio promedio de exportación del país en cada año (ya que puede diferir del anterior por efectos de calidad, momento de la venta, etc.). El precio promedio de exportación resulta de dividir los ingresos recibidos por el país por las exportaciones de café y los volúmenes físicos exportados.

En el gráfico, las curvas de costos de las tecnologías tecnificada y semitecnificada se superponen, igualándose en términos de los costos unitarios, ya que el incremento en costos por manzana del café tecnificado es absorbido por los mayores rendimientos. Sin embargo, los costos de producir café con tecnología tradicional están considerablemente por debajo de los anteriores, soportando mayores presiones de caídas de precios u otros factores que puedan afectar la competitividad, como incremento de costos, ambiente macroeconómico, etc.

Gráfico No. 13



Fuente:

El gráfico registra el movimiento de los precios desde el año 1996, mostrando cómo éstos se distancian o se acercan a los costos de producir y comerciar para el país, es decir, el margen de competitividad frente al mercado externo. En el ciclo agrícola 97/98 los precios internacionales rondaron los US\$ 190.00 por quintal, y evidentemente a estos precios la producción nacional es muy competitiva. A partir de este momento los precios internacionales del café inician una caída libre que de manera sistemática ha venido socavando la competitividad del sector, llegando en el año 2001 a su punto más crítico.

Es difícil definir objetivamente una estructura referencial de costos de producción agrícola del café, para realizar un análisis de la competitividad del sector. Los productores tienden siempre a argumentar costos artificiales en dependencia de sus ingresos a fin de demostrar baja rentabilidad de la actividad. Cuando el precio internacional rondaba los US\$ 80 por quintal, los productores reportaban que sus costos rozaban los límites de ese precio y de igual modo cuando el precio se acercaba a los US\$ 60. Los costos mostrados en el gráfico, correspondientes al año 2001, pueden reflejar aún este problema, aunque en todo caso la tendencia es que estén sobrevaluados y no lo contrario, por lo que las conclusiones respecto a la competitividad del café serían más favorables.

Obviamente, la competitividad del rubro podría mejorar atendiendo factores de costos que pueden ser reducidos como los de transporte de la producción, por el mal estado de los caminos de penetración, el alto precio de los combustibles a causa de la alta tasa impositiva, las tarifas de energía eléctrica que afectan sobre todo al segmento agroindustrial, telefonía, etc.

El estudio realizado por el proyecto IICA/PROVÍA sobre las tasas de protección de la caficultura en el país muestra que aún cuando existen problemas como los antes mencionados, se ha disminuido el sesgo antiexportador de la política económica, en tanto los rubros de exportación han pasado de una tasa de protección negativa en el ciclo 1996/1997, a una ligeramente positiva desde el ciclo 2001/2002.

La tendencia positiva de las tasas de protección se relaciona con medidas de política fiscal que se han emprendido desde la promulgación de la Ley de Justicia Tributaria y Comercial, como el reintegro tributario a las exportaciones y la reducción primero, y eliminación después, del anticipo del IR que grava excepcionalmente la exportación cafetera. Como muestra, hay que recordar que en 1996 el anticipo del IR cobrado al café fue de

alrededor de US\$ 10/qq, en 1997 de US\$ 6/qq, en 1998 de US\$ 1.50/qq y ya en el ciclo 2001/2002 fue exonerado debido al fuerte descenso del precio internacional.

El cálculo de la protección nominal realizada en un escenario en que se asume que existe una sobre valoración cambiaria, muestra que al tipo de cambio de paridad existe una desprotección del 17 por ciento en el año 2001, lo cual demuestra la sensibilidad de este rubro de exportación ante la política cambiaria.

Tasas de Protección del Café Tecnificado **Cuadro No. 22**

Conceptos	CPN		CPE		CRD
	TCO	TCP	TCO	TCP	
1996/97	0.99	0.91	1.00	0.92	2.38
1997/98	0.99	0.87	1.00	0.88	1.86
1998/99 (sin reintegro)	0.98	0.94	0.99	0.94	4.41
Con reintegro	1.00	0.95	1.01	0.96	4.41
1999/00 (sin reintegro)	1.00	0.85	1.00	0.83	7.07
Con reintegro	1.01	0.86	1.02	0.85	7.07
2000/01 (sin reintegro)	0.99	0.84	0.99	0.83	6.71
Con reintegro	1.00	0.86	1.01	0.85	6.71
2001/02 (sin reintegro)	1.00	0.83	1.00	0.82	11.17
Con reintegro	1.02	0.85	1.03	0.84	11.17

CPN : Coeficiente de protección nominal.

TCO: Tipo de cambio oficial.

CPE : Coeficiente de protección efectiva.

TCP: Tipo de cambio de paridad.

CRD : Coeficiente de los recursos domésticos.

Fuente : IICA/PROVIA.

X. La Cadena de Comercialización del Café

Para el caso bajo estudio, se analiza el mercado de oferta, dado que el 85 por ciento de la producción de café en Nicaragua es para la exportación. La cadena agroindustrial del café inicia con los distribuidores de insumos; luego el productor al establecer el semillero y vivero donde se preparan las condiciones óptimas para el desarrollo de las plantas antes de llevarlos al terreno definitivo; pasado un período de cuatro años, inicia el proceso de recolecta del grano, que es llevado a los beneficios húmedos para su procesamiento y trasladada a los diferentes centros de acopio para su transformación.

8.1. Actores Involucrados

Los principales actores que participan en la cadena de comercialización del café son los productores, acopiadores, procesadores, exportadores, comerciantes y consumidores.

8.1.1 El productor

Tiene la responsabilidad de asegurar la producción del grano, que de acuerdo con los recursos disponibles y sus sistemas de producción obtendrá rendimientos promedios entre los 5 y 22 quintales por manzana. En algunos casos, como en el de los

grandes productores tecnificados, están integrados verticalmente en las labores de cosecha, procesamiento y comercialización, fungiendo como empresas exportadoras que pueden también acopiar grano de otros cafetaleros para aumentar sus volúmenes de ventas.

El común denominador de estos productores es la venta de materia prima para los beneficios y exportadores de café en dos niveles distintos de elaboración y con un bajo nivel de integración horizontal.

Se estima que un 13 por ciento de los productores de café realizan la comercialización del café en pergamino húmedo en la propia finca. Estos productores, una vez recolectado el producto en uva, utilizan despulpadoras manuales para separar la cáscara del fruto, pero no cuentan con infraestructura para el desmucilaje por lo que sólo realizan un lavado del grano, el que posteriormente es separado en sacos. También se estima que un 49 por ciento de los productores cuenta con infraestructura para realizar un beneficio en húmedo del café y producir café pergamino oreado.

Un 38 por ciento de los productores, que son los de más producción, cuentan con mayor infraestructura e información de la situación del mercado mundial, venden su producción en café oro asumiendo los costos de beneficio húmedo, traslado a beneficio e industrialización del producto hasta ponerlo listo para ser exportado. Los altos volúmenes de producción en este segmento permiten realizar economías de escala y ahorros importantes; a su vez, obtienen para sí los márgenes de comercialización que en otros casos se distribuyen entre los intermediarios.

El pequeño productor, pero sobre todo el que se encuentra en zonas más alejadas de las procesadoras y centros de acopio de las exportadoras, tienen obviamente menores opciones para

comercializar ventajosamente. Los pequeños productores, generalmente, venden más barato su café, porque tienen problemas de escala y de organización para ofrecer mayores volúmenes. Por un lado, están urgidos de vender tan pronto como sea posible y dentro de su propia finca; por otro, no logran beneficiarse de las economías de escala en la reducción de costos de transporte. En estos casos se requeriría una instancia que apoye el fortalecimiento de la organización de estos estratos.

8.1.2 Acopiadores

El café es acopiado en algunas ocasiones por un intermediario acopiador que puede actuar con independencia y/o trabajar para un beneficio exportador. En el segundo caso los acopiadores de café se integran a estas entidades (beneficios, exportadoras), participando como comisionistas o empleados de las mismas con opción a precios preferenciales de compra o bonificaciones por volumen acopiado. También pueden tener su propia autonomía en gestiones como la de proveer crédito y comprar de futuro. Este crédito dado a título personal, es generalmente con altas tasas de interés a la vez que fijan un precio de futuro bastante desventajoso para el productor, el cual no tiene opciones para negociar ante la falta de otros agentes financiadores en la zona y de otras redes de transporte. Problemas de calidad y de pesas y medidas del café acopiado, son también decididos por estos intermediarios.

Acopiador Local

El acopiador local es una persona de la comunidad, que normalmente realiza operaciones de compraventa de otros productos agropecuarios que produce la zona, puede o no tener un comisariato o pulpería donde el campesino se abastece regularmente de sus necesidades básicas. Realiza esta actividad con esfuerzo propio o bien con fondos de los mayoristas de los mercados o de los exportadores y/o casas exportadoras.

Acopiador en Finca

Conoce a los productores, es una persona de mucha credibilidad y que paga precios razonables del grano sin que el productor se mueva de su finca; asume todos los riesgos y contrata el transporte para el traslado del grano al beneficio seco. Puede o no trabajar para un exportador.

8.1.3 Intermediario Transportista

Conoce la zona y realiza compras directas a los acopiadores locales y productores con los que puede o no estar asociado; trabaja con capital propio de los mayoristas de la cabecera municipal o departamental, o bien de exportadores.

8.1.4 Gran Mayorista

Este agente acopiador trabaja con su propio capital de trabajo, es una persona de reputación en la ciudad, para la cual trabajan pequeños y/o medianos acopiadores. Realiza también el acopio directo en sus almacenes, normalmente ubicados en los mercados principales de los departamentos de las zonas productivas. Coloca la cosecha acopiada en casas exportadoras o bien participa directamente como exportador.

8.1.5 Beneficios

Se refiere a la infraestructura agroindustrial (beneficiado húmedo y seco) para procesar el café. Pueden formar parte de una empresa exportadora. En estos centros se realiza el acopio del café pergamino oreado o húmedo de los productores o acopiadores, para su transformación en café oro de exportación.

El beneficiado de café se distingue en una fase húmeda y una seca. Con la primera, se despulpa, fermenta, lava y escurre el café, transformándolo en pergamino mojado u oreado, mientras en la fase seca se reduce su humedad hasta un 12 por cien-

to, trilla, clasifica, escoge y ensaca el café, preparándolo para la exportación.

Los beneficios húmedos son generalmente propiedad de los productores, ya sea solos o asociados, mientras que los beneficios secos, donde el café es secado y empacado, pertenecen a productores (frecuentemente asociados) o a empresarios proveedores del servicio que cobran una tarifa por el servicio provisto.

Algunos procesadores medianos son a veces productores y/o exportadores. Los procesadores pequeños (los molinos secos), muy a menudo son solo proveedores de servicio que cobran una cuota por los servicios que prestan.

La competencia entre procesadoras estuvo creciendo durante la década a la par que se incrementaron los niveles de producción del grano. En los últimos años, el número de beneficios creció considerablemente pues se hablaba de menos de cinco en los años 60, que estaban ubicados en Matagalpa, de 33 en 1996 y los últimos estudios reportan 95 beneficios secos. Cerca del 24 por ciento de esta capacidad, que equivale a 599,656 qq, fueron instalados durante los últimos cinco años. Además se cuantifican varios miles de beneficios húmedos. La mayoría de estos beneficios secos y húmedos se ubican en Matagalpa; el resto en Estelí, Nueva Segovia, Madriz, Carazo, Jinotega y Managua. En Jinotega no hay beneficios secos y el productor o acopiador tiene que llevar su café a largas distancias para secarlo y beneficiarlo, encareciéndose sus costos de transporte y disminuyendo por tanto su rentabilidad y competitividad.

Estos beneficios tienen una capacidad instalada del orden de los 2.5 millones de quintales, con capacidades que van desde los 4,000 a 150,000 quintales en un turno de 8 horas. Comparado con los niveles de producción de 1.5 millones de quintales anuales, el nivel de capacidad inutilizada en los beneficios es

alto, lo que significa que los costos fijos estarían sobredimensionados llevando a costos unitarios más altos de lo que deberían ser.

Un estudio realizado por NITLAPAN¹⁶ se tipifican los beneficios en 3 categorías, de acuerdo con el nivel de integración vertical en la cadena agroindustrial. Según este estudio, los tipos dos y tres representan el 47 por ciento de los beneficios en el país.

- El tipo uno está constituido por los beneficios tradicionales (generalmente tienen más de 30 años), propiedad de: a) el mismo dueño de la finca, constituyen el 37 por ciento de los beneficios nacionales; y b) los beneficios independientes, que sólo se dedican a la actividad del beneficiado, representando un 16 por ciento de la capacidad nacional.
- El tipo dos es el más moderno: integra las actividades de procesamiento con la comercialización/exportación. Nace cuando una comercializadora/exportadora decide crear, comprar o alquilar su propio beneficio o bien cuando un beneficio independiente logra formar su empresa comercializadora/exportadora. El tipo 2, además de ser más frecuente y reciente, es el más grande en términos de volumen de café procesado.
- El tipo tres es el caso de beneficios independientes que han logrado estrechar una relación comercial con una comercializadora/exportadora en contratos de mediano plazo y con el compromiso de que el beneficio venda toda o casi toda su producción a la comercializadora/exportadora. También se da el caso de beneficiadores que tienen sus fincas (pero

¹⁶ NITLAPAN: El Procesamiento del Café en Nicaragua: Hay Márgenes de Mejoría?, 1997.

procesan también café de otras fincas) y venden gran parte del café a la comercializadora/exportadora. Este tipo también es poco frecuente.

Los más recientes beneficios secos instalados usan tecnologías muy modernas y son propiedad de las principales empresas exportadoras. Se estima que 10 de los 95 beneficios secos usan tecnología artesanal, 25 buena tecnología y 60 una tecnología de hace más de 40 años.

Sin embargo, el nivel de eficiencia de los beneficios aún requiere mejorarse. Los beneficios tradicionales del tipo 1 son los menos eficientes. Entre los otros tipos se ve un más alto nivel de explotación de la capacidad de la planta (aproximadamente un 70 por ciento). Esto se da por el hecho de que están estrechamente ligados a las comercializadoras/exportadoras. Evidentemente, la empresa comercializadora/exportadora tiene más capacidad y recursos que un beneficio independiente para amarrar a los productores (recursos financieros, asistencia a la producción y a la comercialización).

Organismos donantes están promoviendo la instalación de tecnologías en beneficios húmedos y secos en un esfuerzo para mejorar la eficiencia, bajar los costos operacionales, superar la calidad del producto final y reducir la contaminación del medio ambiente. Estas acciones se realizan en una capacidad estimada de 2,700 TM de beneficios secos y húmedos.

En resumen, aunque aparentemente existe suficiente infraestructura (beneficios y facilidades de almacenamiento) disponible en el país, hay una gran necesidad – a nivel de beneficios húmedos y secos – de racionalizarla, actualizarla y alcanzar mayor eficiencia, disminuyendo los costos de procesamiento y logrando una mejor calidad del producto final.

La necesidad parece ser particularmente aguda a nivel de beneficio húmedo. El beneficiado húmedo puede ser responsa-

ble de baja calidad y falta de uniformidad en el producto para la venta. En realidad, la mayoría de los productores saben producir pero no beneficiar.

8.1.6 Exportadores

La comercialización del café nicaragüense básicamente se realiza a través de las empresas exportadoras. Son los líderes en la organización del acopio y exportación del café. Existen aproximadamente 38 empresas exportadoras inscritas en el CETREX. Los exportadores más grandes normalmente poseen su propio beneficio seco, autofinancian su funcionamiento y cuando se requiere, usan las fuentes formales de financiamiento domésticas o externas. Son los que desarrollan las relaciones con las empresas procesadoras, los bancos, el transporte, los puertos y los compradores finales. Manejan los contactos con las instituciones reguladoras de la exportación como es el CETREX y la certificación de origen y calidad del producto. El proceso de exportación incluye el seguimiento del mercado mundial, la gestión aduanera, el transporte hasta el puerto de salida, cobertura y seguro. Ellos deciden por tanto la brecha comercial.

El BID estima que los exportadores controlan el 84 por ciento del café exportado (café oro). Las primeras tres exportadoras manejan 55 por ciento del total de las exportaciones, en tanto el resto es vendida por exportadores pequeños (28 por ciento), productores-exportadores (2.2 por ciento) y cooperativas de productores (15.8 por ciento).

Estas empresas también satisfacen la necesidad de financiamiento de los productores para levantar sus cosechas, ya sea directamente a éstos o a través de intermediarios locales. Los exportadores cubren las zonas a través de sus intermediarios, proveyendo crédito durante alrededor de cuatro meses y comprando de futuro el café. La estrategia de financiar la cosecha a los productores es para garantizar sus requerimientos de café por adelantado, evitar riesgos de competencia de otras em-

presas exportadoras en los períodos de cosecha, a la vez que obtienen ganancias adicionales por los intereses generados por estos fondos que colocan. El financiamiento que brindan estas empresas, en las circunstancias actuales de falta de crédito, viene a ser un alivio para la actividad cafetalera. Estudios sobre la cartera cafetalera en el año 2001 señalaban que ésta ascendía a US\$ 111.7 millones, de los cuales US\$ 85 millones corresponden a la banca privada y US\$ 26,7 millones habían sido otorgados por las casas exportadoras.

Además, los exportadores proveen a los productores varios servicios: de administración, certificación y servicios financieros relacionados con la operación de exportación.

8.1.7 Instituciones Normativas

Una vez que el café sale del proceso de beneficiado seco, listo para su exportación, entran en juego los actores institucionales que norman el proceso exportador, entre los que se encuentran el Ministerio de Fomento Industria y Comercio, que es el rector nacional del comercio interno y externo; el Centro de Trámites de Exportación CETREX, que documenta la exportación; el Ministerio Agropecuario y Forestal a través de la Unidad Cuarentenaria; la Dirección General de Aduanas, los puertos de embarque y los organismos internacionales que norman el comercio mundial.

8.2. Tipos de Encadenamiento

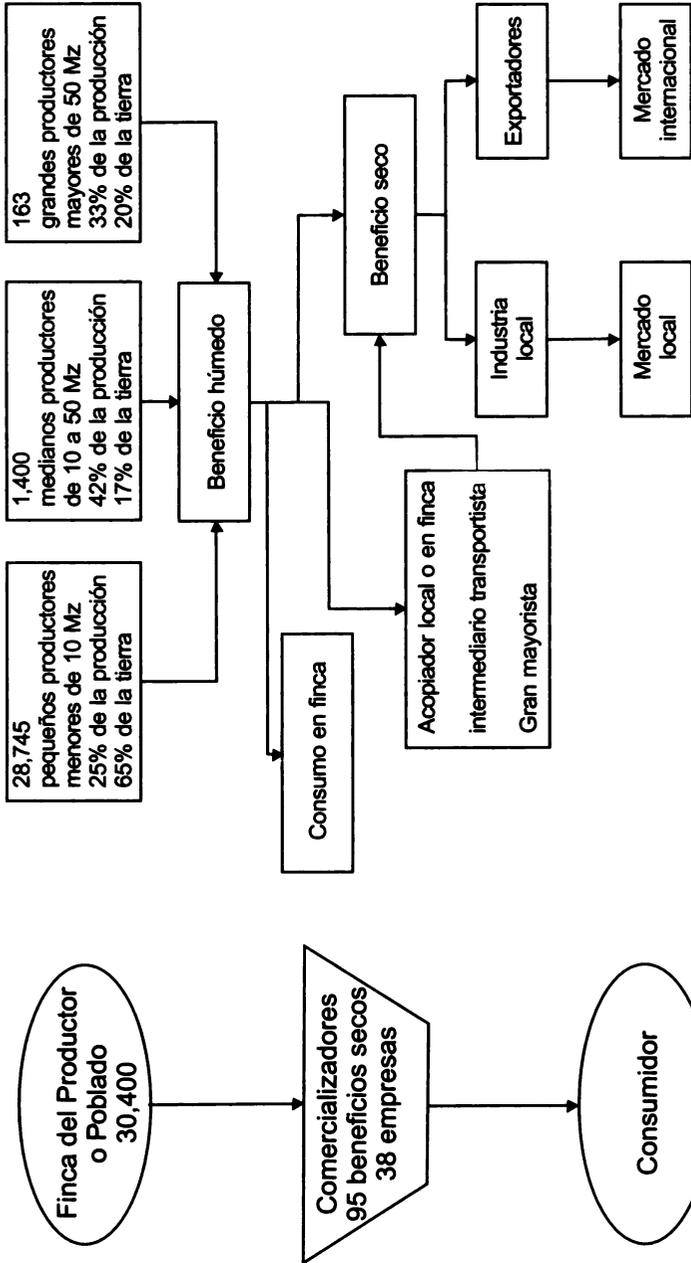
Las distintas combinaciones que se pueden presentar en la comercialización del café pueden resumirse así:

1. Los productores que le venden al acopiador rural y a los intermediarios transportistas, los que a su vez lo benefician y luego venden a los exportadores de café en grano.

2. Los productores que lo llevan a las plantas de beneficio y lo venden a los exportadores y a empresas artesanales de café tostado y molido.
3. Los productores que venden al intermediario transportista y éstos abastecen a las empresas artesanales de café tostado y molido y a distribuidores.
4. Productores cooperados o individuales que venden en el mercado internacional tradicional y en mercados de comercio justo y cafés especiales.

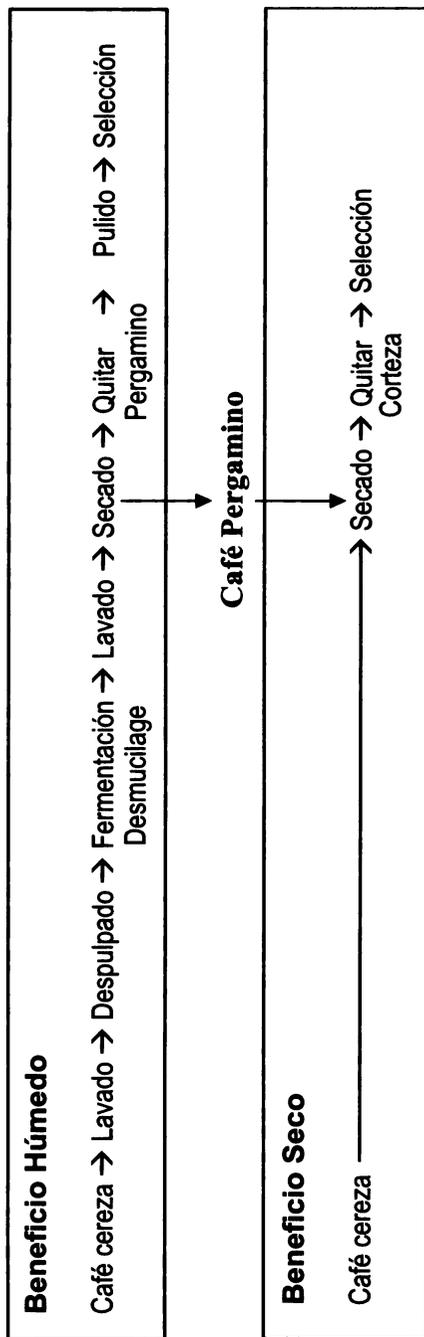
En el siguiente esquema se presentan de forma resumida los principales encadenamientos en la comercialización del café. Es importante indicar que la participación de los actores o su integración en la cadena es más corta o más larga en dependencia de su nivel de integración.

Esquema No. 1
Cadena de comercialización del café para la exportación

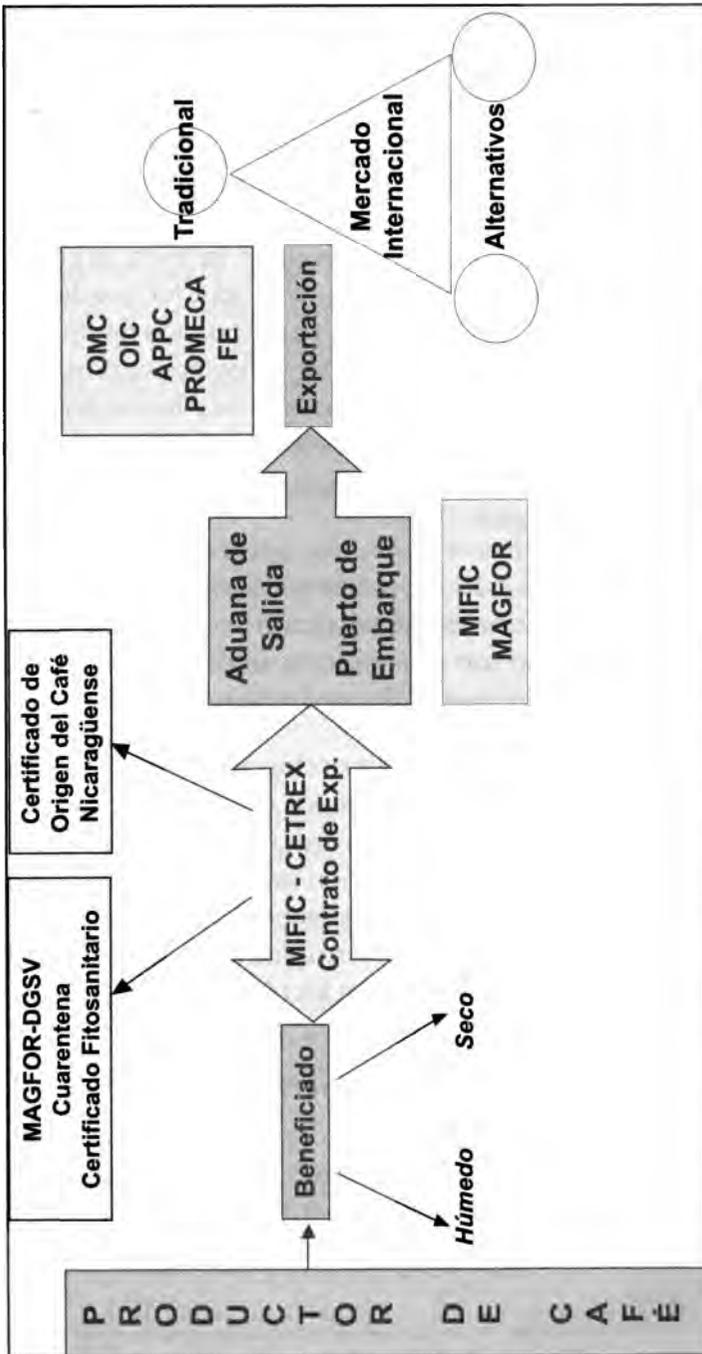


Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas con los actores.

Esquema No. 2



Esquema No. 3



8.3. Márgenes de comercialización

La comercialización del café es realizada en una diversidad de formas, cada una de las cuales se constituye en subcadenas comerciales que se diferencian fundamentalmente por el grado de procesamiento en el que vende el productor primario, cuyos costos y márgenes se ven afectados por la tecnología de producción y el lugar de venta, es decir, la finca, el centro de acopio o la empresa exportadora. El productor puede vender ya sea en pergamino húmedo y en su finca, que por lo general es lo que hacen los pequeños y algunos medianos productores. Pueden vender en pergamino oreado a los intermediarios (mayoristas, acopiadores locales, corredores y transportistas). También están los grandes productores que venden café oro directamente al exportador.

En dependencia de cada tipo de encadenamiento sigue cada agente el proceso comercial del grano pasando por los distintos eslabones como son el transporte, el beneficiado y su ruta hacia el destino final que es el puerto de exportación.

Para homogenizar las precios y costos entre los distintos eslabones de las subcadenas y entre las distintas subcadenas, se transformaron a su equivalente en oro utilizando los coeficientes de rendimiento. Los márgenes han sido calculados con base en el año 2001, en el que se ha experimentado una crisis debido a la baja de los precios internacionales, los cuales han alcanzado su punto más bajo en los últimos cien años.

8.3.1 Los Costos de Comercialización

Los costos totales en el proceso de comercialización, desde su acopio en finca hasta su traslado a puerto, pasando por el beneficiado, son de aproximadamente US\$ 18.15 por quintal. El precio al productor se calcula haciendo estas deducciones al

precio internacional, incluyendo el margen de utilidad de las exportadoras. La determinación de estos valores es realizada por el exportador.

Dentro de los costos comerciales, los gastos de exportación absorben el 37 por ciento y los costos de industrialización el 45 por ciento; el resto son costos de manejo (12 por ciento) y dos tramos de transporte desde la finca hasta el beneficio y de allí al puerto (9 por ciento). Los gastos financieros y administrativos, que no son detallados en las liquidaciones a los productores, suman US\$ 3.30 por quintal.

Estructura de los Costos de Comercialización del Café		Cuadro No. 23
Conceptos		US\$/QQ
A.	Comercialización interna (equivalente en oro)	11.50
1.	Transporte finca-beneficio	1.00
2.	Costos de manejo (carga, descarga...)	6.00
3.	Precio imperfecto	12.00
4.	Beneficio húmedo	45.00
5.	Beneficio seco	37.00
B.	Costos de exportación (oro)	6.65
1.	Sacos de exportación	0.70
2.	Transporte a puerto	0.75
3.	Catación	0.10
4.	Certificado de calidad	0.20
4.	CETREX	0.15
5.	Impuestos municipales	0.50
6.	Cobertura y seguro	0.50
7.	Agencia aduanera	0.45
8.	Gastos administrativos	2.30
9.	Gastos financieros	1.00
a.	Comisión bancaria (1/2 % del valor FOB)	0.42
b.	Comisión broker	0.50
c.	Courier (US\$ 40 por contenedor)	0.08
C.	TOTAL	18.15

Fuente: Elaborado en base a liquidaciones de casas exportadoras, entrevistas a productores de café de Matagalpa y costos de UNICAFE.

El exportador y el beneficio seco (frecuentemente son el mismo agente como ya se mencionó), asumen los costos de almacenamiento, cuyo período tiene que ver con los precios, el calendario de exportaciones y también con las expectativas de los exportadores ante una probable alza en el precio internacional. El café puede estar por un año almacenado en condiciones óptimas en pergamino seco. Una vez en oro, no puede permanecer más de tres meses en bodega sin riesgo de perder calidad.

En general, los costos de comercialización en relación con años anteriores se han reducido. Uno de los principales elementos de esta reducción son los incentivos fiscales que ha ido ganando la actividad, particularmente la exoneración del IR a partir del año 2000, el Reintegro Tributario y la reducción de la tasa de los impuestos municipales. Adicionalmente se han vuelto más eficientes los trámites de exportación, reduciéndose los costos en este concepto, y las cuotas cobradas por las organizaciones de UNICAFE y CONICAFE.

Otros factores que han reducido costos de comercialización corresponden a la tarifa del beneficiado (las tarifas de beneficio seco pasaron de US\$ 7.82 por quintal oro en 1996 a US\$ 6.00 en el 2001), inducidos por una mayor competencia y modernización de las plantas. Asimismo, los costos financieros se han beneficiado por una leve reducción de las tasas de interés, si se considera que las tasas a largo plazo en dólares pasaron del 17.7 por ciento en 1996 al 16.9 por ciento en el 2001, y se conoce que un alto porcentaje de la cartera bancaria se contrata en dólares. Los costos de almacenamiento, por su parte, han disminuido de US\$ 0.12 QQ/mes en 1996 a US\$ 0.08 en el 2001.

Es importante resaltar la necesidad de realizar una verdadera encuesta de costos de producción y afinar los costos de la comercialización, ya que no existe una fuente oficial que sistematice esta información.

8.3.2 Los Costos de los Puertos de Exportación

Los exportadores de café trabajan normalmente con los puertos hondureños por la facilidad de acceso al Océano Atlántico. Costa Rica y Honduras son los que tienen la mejor infraestructura de puerto en la Costa Atlántica, lo que hace que la mayoría de los exportadores utilicen Puerto Cortés en Honduras o Puerto Limón, en Costa Rica.

Un estudio realizado por el Banco Mundial en mayo del 2002, indica que Puerto Corinto, ubicado en la costa pacífica de Nicaragua y utilizado para exportaciones a la Unión Europea y la Costa Oriental de los EU, presenta en la actualidad las tarifas más baratas de Centroamérica¹⁷. El estado actual y calidad de andenes, almacenes y materiales muestra una mejoría considerable respecto a la situación del puerto a mediados de la década de los noventa.

De octubre del 2000 a septiembre del 2001, el 66 por ciento del total exportado de café salió por Puerto Cortés y aproximadamente 32 por ciento por Puerto Corinto. En cifras absolutas reportadas por la Empresa de Administración de Puertos, en el año 2000 se exportaron por Puerto Corinto 15,400 TM de café y a noviembre del 2001, 26,700 TM.

En el documento del Banco Mundial se indica que, según análisis del BID, la diferencia entre el precio CIF en Nueva York del café y el precio LAB en Matagalpa es básicamente el costo de transporte, el cual tiene un valor de US\$ 1,200 de Matagalpa a Puerto Cortés, para un contenedor de 17 TM (o 375 qq), igual al costo marítimo de la carga de Puerto Cortés a Nueva York (US\$ 1,200). Usando Puerto Cabezas en lugar de Puerto Limón o Puerto Cortés (datos de 1999) yendo a EEUU, se economizan entre US\$ 400 o 650 por contenedor, procedente de Managua o Jino-

¹⁷ Andrea Serpagli, Agrotec SpA, Banco Mundial, Mayo 2002

tega. Sin embargo, la Asociación de Exportadores de Café Nicaragüense (EXCAN), estima que el ahorro puede ser mayor al exportar a EEUU, dado que el transporte actual de Puerto Corinto a este destino se estima en US\$ 2,300/contenedor, contra \$2,200/contenedor de Puerto Cortés, en donde el 61 por ciento (o US\$ 1,350) de este último costo es por el transporte terrestre.

8.3.3 La Estructura de los Márgenes de Comercialización

Hay que considerar, al observar la estructura de la comercialización detallada en el Cuadro No. 24, que los datos reflejan operaciones del año 2001, cuando los precios del café estuvieron excepcionalmente bajos. Así que, el hecho de que productores y exportadores reflejen pérdidas, es una situación coyuntural y los datos deben ser vistos más bien como una referencia de cómo pueden distribuirse las utilidades y costos de la comercialización del café.

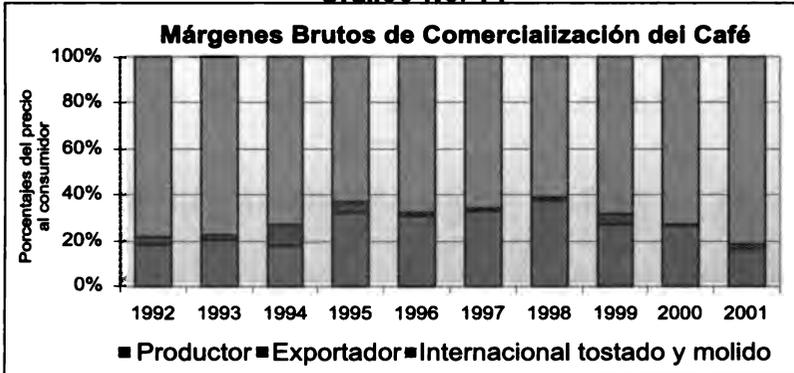
Los costos de comercialización antes detallados concentran entre los costos de industrialización, transporte, exportación y otros, un porcentaje de los márgenes brutos de comercialización del café, tomando como punto de referencia los precios de exportación recibidos por el país.

Dentro de esta consideración, es importante observar las grandes ventajas que tiene el productor que cultiva bajo tecnología tradicional, el cual, aparentemente tiene suficiente margen de rentabilidad.

Para los productores, vender el café ya procesado es ventajoso porque pueden obtener mejores precios al tener menores riesgos para determinar la calidad del café y por tanto para negociar el precio. Si el productor comercializa café oro, la participación de agentes comercializadores se reduce y, como puede observarse, el precio recibido por el productor se mejora

pero éste aún no llega a cubrir sus costos, ya que esta vez asume por completo los costos de beneficiado (húmedo y seco), transporte y manejo de la carga.

Gráfico No. 14



Fuente: Elaboración propia en base a precios nacionales e internacionales (BCN y MAGFOR).

Márgenes de Comercialización del Café Cuadro No. 24

Conceptos	Tecnificado	%	Semitecnificado	%	Tradicional	%
1. Productor						
Costo agrícola total (US\$/Mz)	1,345.91		858.67		138.41	
Rendimiento (Qq pergamino húmedo/Mz)	64.00		40.00		12.50	
Coefficiente de rendimiento pergamino húmedo - oreado	0.86		0.86		0.86	
Beneficio húmedo (US\$/Qq oreado)	1.00	2	1.00	2	1.00	2
Costo unitario en finca (US\$/Qq oreado)	25.45	44	25.96	45	13.88	24
Precio al productor en finca (US\$/Qq oreado)	21.76	38	21.76	38	21.76	38
Margen neto del productor	-3.69	-6	-4.2	-7	7.89	14
2. Acopiador						
Transporte finca - beneficio	0.50	1	0.50	1	0.50	1
Costos de manejo (carga y descarga, etc.)	1.13	2	1.13	2	1.13	2
Costos totales del acopiador (US\$/Qq oreado)	23.39	41	23.39	41	23.39	41
Coefficiente de rendimiento pergamino oreado - oro	0.50		0.50		0.50	
Costos totales del acopiador equivalente en oro	46.78	81	46.78	81	46.78	81
Precio recibido por el acopiador (US\$/Qq oro)	48.00	84	48.00	84	48.00	84
Margen neto del acopiador	1.22	2	1.22	2	1.22	2
3. Exportador US\$/Qq oro						
Beneficio seco	6.00	10	6.00	10	6.00	10
Gastos de exportación	6.72	12	6.72	12	6.72	12
Sacos de exportación	0.70	1	0.70	1	0.70	1
Transporte a puerto	0.75	1	0.75	1	0.75	1
Cafatión y certificación	0.30	1	0.30	1	0.30	1
CEIREX	0.15	0	0.15	0	0.15	0
Impuestos municipales (1% del ingreso bruto)	0.57	1	0.57	1	0.57	1
Cobertura y seguro	0.50	1	0.50	1	0.50	1
Agencia aduanera	0.45	1	0.45	1	0.45	1
Gastos administrativos	2.30	4	2.30	4	2.30	4
Gastos financieros	1.00	2	1.00	2	1.00	2
Costos totales del exportador US\$/Qq oro	60.72	106	60.72	106	60.72	106
Precio de exportación	57.45	100	57.45	100	57.45	100
Margen neto del exportador	-3.27	-6	-3.27	-6	-3.27	-6

F u e n t e :

XI. Bibliografía

Banco Central de Nicaragua - **Anuarios Estadísticos 1999 y 2000**.
Managua - 2000 y 2001.

Banco Mundial - **Encuesta de Cafés Especiales**. 2001.

Banco Mundial, Andrea Serpagli - **Resultados sobre la Cadena del Café**. Managua – 2002.

Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de América, USDA - **Informes estadísticos del Café**.

La Gaceta, Diario Oficial No. 17 - **Ley No. 368 “Ley del Café”**.
Managua – 2001.

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura;
Proyecto de Fortalecimiento al Sector Privado para la Formulación de Políticas Agrícolas IICA/PROVIA - **Resultados de Estudios de Protección Nominal, 2001 y 2002**. Managua 2001 y 2002.

Juan F. Rodríguez R. y Diana Saavedra - **La Deuda Agropecuaria con el Sistema Bancario**. Managua - 2000.

Ministerio Agropecuario y Forestal - **Resultados del Ciclo Agrícola 1999/2000 y 2000/2001**. Managua – 2001 y 2002.

Ministerio Agropecuario y Forestal - **Documento de Políticas del Ciclo Agrícola 2002/2003**. Managua - 2003.

Ministerio Agropecuario y Forestal - **Estudio Sobre la Cadena Agroindustrial del Café**, Managua - 1997.

Ministerio Agropecuario y Forestal - **Revista Agricultura y Desarrollo**, Managua - 1998.

P. Timmer - **Funciones de Comercialización, Mercados y Formación de Precios de los Alimentos**.

Robin Bourgeois y Danila Herrera - **Enfoque Participativo para el Desarrollo de la Competitividad de los Sistemas Agroalimentarios CADIAC/IICA**.

UNICAFE - **Manual de la Caficultora**, Managua - 1997.

UNICAFE - **Revista El Caficultor**, Managua - 1992.

XII. Anexos

Anexo No. I

COMUNICADO NO. 011-2001

Requisitos necesarios para optar a la devolución del Reintegro Tributario del 1.5 por ciento a los productores no exportadores de café

CONSIDERANDO

UNICO

Que en aras de facilitar los mecanismos establecidos en la ley de Reforma a la ley No. 257 (Ley No. 303) en cuanto a lo dispuesto en su Arto. 19 y los Artos. 21, 23 y 24 de su Reglamento, se dispone lo siguiente:

Primero: El beneficiario solicitará el Reintegro Tributario ante la Administración de Rentas de su localidad acompañado de los siguientes documentos:

- a) Solicitud del Reintegro en original dirigida al Administrador de Rentas de su localidad.
- b) Fotocopia (s) de la (s) constancia (s) de retención I.R., que le efectuaron los exportadores; a falta de constancia de Retención deberán presentar la (s) liquidación

(es) del café vendido.

- c) Documento que lo acredite como productor, de conformidad con el Arto No. 21, Inc. 1), del Decreto No. 72-99, el cual puede ser cualquiera de los siguientes:
 - c1) Licencia de la Alcaldía correspondiente,
 - c2) Habilitación Bancaria,
 - c3) Constancia de una organización gremial con personalidad jurídica reconocida; o
 - c4) Certificación de Inscripción ante la Administración de Rentas correspondiente de la D.G.I. que identifique la actividad a que se dedica.
- d) No. RUC. En caso que el solicitante no lo tuviere, la Administración de Rentas le indicará el procedimiento para obtenerlo.
- e) Constancia emitida por la Administración de Rentas en donde certifique que el beneficiario del Reintegro Tributario del 1.5 por ciento está al día con sus obligaciones fiscales.

Segundo: Los productores de café exportable que vendan menos de 350 qq oro en el ciclo cafetalero no están obligados a presentar lo establecido en el inciso e) del ordinal primero de este comunicado.

Tercero: La administración de Rentas procederá a dar curso al trámite si el solicitante cumple con los requisitos de los ordinales primero y segundo. En caso contrario, es decir si presenta mora, omisión o incumple algunos de los requisitos establecidos en este comunicado, el solicitante deberá:

En caso de mora, cancelar lo que corresponda sobre el exceso del monto liquidado para el Reintegro Tributario.

En caso de omisión, presentar las declaraciones y pagar si fuere el caso, y si el solicitante al momento de entregar la documentación incumple algún otro requisito se devolverá los documentos al productor beneficiario o al representante legal acreditado para que reinicie el trámite con la documentación completa.

Cuarto: Conforme el Arto. 19 de la ley No. 303 "Ley de Reforma a la Ley No. 257, Ley de Justicia Tributaria y Comercial" el pago de este Reintegro será en un plazo no mayor de sesenta días hábiles, previa cancelación de cualquier obligación tributaria exigible.

Quinto: Si el trámite lo realiza un representante legal debidamente acreditado para representar a uno o varios productores, a través de un Poder Especial se deberá cumplir con los requisitos establecidos en el comunicado No. 006-2000, es decir, con los requisitos formales que establece la Ley del Notariado y el Código Civil, observando los siguientes requisitos:

- **Nombre y generales de Ley del compareciente.**
- **Acto específico que representará, siendo exclusivamente trámites de solicitud de devolución del 1.5 por ciento de Reintegro Tributario y/o entrega de cheque fiscal.**
- **Nombre y generales de Ley de quien se le otorga el poder.**
- **En caso de ser una o varias personas jurídicas las que otorgan el poder a una persona natural se requiere**

la relación de inscripción en el poder, anexando una fotocopia de la escritura de constitución de la misma.

Dado en la ciudad de Managua, a los veinte días del mes de febrero del dos mil uno.

Dentro del marco de la política fiscal, el gobierno llegó a un acuerdo con los cafetaleros en relación a la recaudación del Impuesto sobre la Renta para 1996. El Arto. 3 de la Ley de Actualización de la Retención sobre el IR a la producción y comercialización del café, fijó la base sobre la cual se aplicará la retención establecida en el artículo primero del Decreto, la cual estará de conformidad a las unidades de medidas físicas del cuadro 2.

Anexo No. II

Ley No. 368

Ley No. 368, Aprobada el 23 de noviembre de 2000.
Publicada en La Gaceta,
Diario Oficial No. 17, del 24 de enero del 2001

EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA DE NICARAGUA

Hace saber al pueblo nicaragüense que:

LA ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPUBLICA DE NICARAGUA

CONSIDERANDO

I

Que el cultivo y exportación de café constituye un rubro importante en la economía nacional, por su capacidad de generación de divisas al país y empleo a más de 30,000 familias nicaragüenses.

II

La necesidad de establecer una legislación que contribuya a fomentar y desarrollar el sector cafetalero, conciliando los intereses de todos los actores en la actividad cafetalera nacional.

III

El interés público de la actividad cafetalera en cuanto a la producción, procesamiento industrial, comercialización y consumo, así como la conveniencia en promover la calidad y prestigio del café nicaragüense, a nivel nacional e internacional.

IV

Que la República de Nicaragua, como signataria de convenios cafetaleros internacionales, es parte de los compromisos y obligaciones en relación con la producción, comercialización y exportación del café.

V

Que es primordial establecer políticas de estímulo y beneficios al rubro de mayor importancia socioeconómica del país.

VI

Que en las relaciones económicas que impulsa el Estado, el sector privado juega un papel destacado, y que la experiencia de otros países productores de café ha demostrado la conveniencia de contar con un organismo altamente especializado en llevar a cabo la política cafetalera.

VII

Que la caficultura está urgida de reformas estructurales, no solo para potenciar esta importante riqueza, sino también para situar a Nicaragua en mejores condiciones de ejercitar los derechos que ha obtenido y cumplir con las obligaciones que ha contraído en los mercados internacionales, cada vez más competitivos y exigentes de mejores calidades.

En uso de sus facultades;

HA DICTADO

La siguiente:

LEY DEL CAFÉ

CAPITULO I

DISPOSICIONES GENERALES

FINALIDAD Y OBJETO DE LA LEY

Artículo 1.- La presente Ley tiene por finalidad promover y defender el interés nacional en relación con el fomento, cultivo, beneficio, industrialización y comercio del café, así como conciliar los intereses de todos los agentes que participan en la actividad cafetalera.

Artículo 2.- Es objeto de esta Ley, el ordenamiento de todas las actividades de producción, beneficiado, procesamiento y comercialización de café producido en el territorio nacional y deberán ajustarse a lo establecido en ella.

CAPITULO II

DEFINICIONES

Artículo 3.- Para los efectos de esta Ley se adoptan las siguientes definiciones:

- 1) Convenio: Es el Convenio Internacional del Café de 1994.
- 2) O.I.C.: Es la Organización Internacional del Café.
- 3) Productor: Es la persona natural o jurídica que posea o explote a cualquier título legal una o más fincas productoras de café.
- 4) Código de Productor: Es el número de identificación de un productor, asignado de acuerdo con el Registro de los productores de café.
- 5) Código de Comprador: Es el número de identificación de un comprador interno, asignado por la Secretaría Ejecutiva del Consejo, al momento de ser inscrito en el registro correspondiente.
- 6) Beneficiador: Es la persona natural o jurídica inscrita en los registros correspondientes, que opere a cualquier título legal una o varias unidades agroindustriales destinadas a la transformación de café en uva o cereza fresca a pergamino; de pergamino o cereza seca a café oro; o ambos.
- 7) Código de Beneficiador: Es el número de identificación de un beneficiador, asignado de acuerdo con el Registro correspondiente.
- 8) Año Cafetalero: Es el período comprendido entre el 1° de octubre de un año y el 30 de septiembre del año siguiente.

9) **Café Exportable:** Es todo café que de acuerdo a los estándares de calidad establecidos, pueda ser objeto de contratos de venta al exterior.

10) **Representante o Agente Representante:** Persona natural o jurídica domiciliada en Nicaragua, inscrita en los registros, que mediante contrato de agencia, representación u otro título legal, representa a uno o varios productores, beneficiadores, o a una o varias empresas o firmas extranjeras en las operaciones de compra y venta de café.

11) **Exportador:** Es toda persona natural o jurídica que remite café al exterior y que está inscrita como tal en el registro correspondiente.

12) **Código de Exportador:** Es el número de identificación asignado a un exportador al momento de ser inscrito en el registro correspondiente.

13) **Comprador en el Exterior:** Persona natural o jurídica domiciliada en el exterior, quien compra café a Nicaragua para su posterior exportación al país que éste designe en el respectivo contrato.

14) **Exportación de Café:** Es toda salida del territorio aduanero del país, de café en oro o cualquier estado más avanzado de procesamiento en que se encuentre, cuya clase, tipo, calidad y peso de embarque corresponden al declarado en el contrato respectivo y amparada en los formatos respectivos de exportación.

15) **Contrato de Venta Externa:** Es el documento legal que acredita la venta de café hecha por un exportador a un comprador en el extranjero.

16) Precio F.O.B.: Salvo lo contrario, es el valor que se obtiene por la venta de 100 libras, equivalentes a 46 Kgs. de café exportable, puesto en puerto nicaragüense.

17) Certificado de Origen: Son los documentos que amparan las exportaciones de café extendidos en formularios aprobados por la OIC.

18) Tasa de Registro: Cantidad de dinero pagada por un exportador por el registro de los contratos de venta externa, de acuerdo a lo establecido en el Acuerdo Ministerial 8-91 del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio.

19) Contrato Abierto en Cuanto a la Fijación de Precios: Es aquel en el cual las partes se comprometen a la entrega física del café sin determinar precio, optándose por fijar éste cuando el productor lo requiera, dentro de la posición que señale el contrato, si existiese convenio en este sentido.

20) Contrato Abierto en Cuanto a la Entrega Física del Café: Es aquél en el cual las partes acuerdan la entrega del café, sin establecer fecha límite para ello, siempre y cuando dichas entregas se realicen dentro del período que señale el contrato.

21) Consejo: Es el Consejo Nacional del Café, o simplemente CONACAFE.

22) Formato Unico de Liquidación al Productor: Es el documento de uso obligatorio para las liquidaciones de contratos de café y que contiene el detalle de precio, deducciones, impuestos, comisión del exportador y el valor neto a pagar al productor.

23) Contrato de Venta Interna: Es el documento legal que acredita la venta de café hecha por un productor a un comprador domiciliado en Nicaragua.

CAPITULO III

DEL FOMENTO Y DESARROLLO A LA CAFICULTURA

Artículo 4.- El cincuenta por ciento de los costos de adquisición de maquinaria y equipamiento para la producción y procesamiento del café, que eviten la contaminación del medio ambiente, será deducible del Impuesto sobre la Renta (IR), del productor que haga tales adquisiciones

Esta deducción podrá afectar hasta un máximo del 50% del total del IR que corresponda pagar a los productores en cada ejercicio fiscal, debiendo éstos pagar la diferencia entre lo aplicado en este concepto y su impuesto sobre la renta correspondiente a ese período. Tal deducción se hará efectiva en los períodos fiscales necesarios, hasta cubrir el porcentaje indicado en el párrafo anterior.

Artículo 5.- La deducción de que habla el artículo anterior, será aplicable también a la construcción de toda infraestructura social realizada en el campo para vivienda, salud y educación, cuya finalidad sea brindar a los trabajadores del área rural y sus familias, mejores condiciones de vida y trabajo.

Artículo 6.- Debido a su carácter social, las construcciones y maquinarias que se adquieran en virtud de lo establecido en la presente Ley, no podrán ser vendidas o permutadas. Se exceptúan los casos en que el productor venda la totalidad de sus propiedades, incluyendo dichas maquinarias.

Artículo 7.- Sin perjuicio de las facultades del Ministerio de Hacienda y Crédito Público, las alcaldías municipales quedan facultadas para verificar la existencia de las infraestructuras y la adquisición de las maquinarias que hablan de los artículos precedentes, debiendo informar antes de la finalización de cada período fiscal, al Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Artículo 8.- Las organizaciones cafetaleras podrán solicitar ante el Consejo Nacional del Café, la creación de un fondo especial destinado a proyectos específicos tales como carreteras y caminos de penetración. Este fondo que se creará Ad Hoc cada vez que las organizaciones así lo soliciten, será administrado por el Consejo y la (s) organización (es) que hagan tal solicitud.

Este fondo especial se formará con el aporte voluntario de los miembros de la organización y organizaciones que presenten tal solicitud ante el Consejo, la que deberá ser respaldada por un porcentaje representativo de productores del departamento o lugar sede de la organización solicitante.

Artículo 9.- Para acceder a los beneficios de que habla este Capítulo, el productor cafetalero deberá estar inscrito en el Registro que llevará la Secretaría Ejecutiva del Consejo creado en esta Ley y en el Registro Unico del Contribuyente (RUC), de la Dirección General de Ingresos.

Artículo 10.- Cuando el sector cafetalero sea afectado por la caída del precio internacional del café y el valor del Contrato «C» de la Bolsa de Nueva York llegue a cien dólares o menos el quintal, a los productores no se les aplicará ninguna retención sobre anticipo del Impuesto sobre la Renta.

Artículo 11.- Los productores que reinviertan de sus utilidades anuales, en efectuar ampliación y renovación de cafetales o en áreas de reforestación, tendrán derecho a la deducción del veinte por ciento del total de su inversión, a cuenta del IR del período fiscal correspondiente.

El sector cafetalero gozará de los incentivos contemplados en los artículos anteriores, por un término de cinco años contados a partir de la entrada en vigencia de la presente Ley.

Artículo 12.- Créase el Fondo de Fomento y Desarrollo Cafetalero (FOCAFE), al cual se incorporarán los fondos no liquidados directamente por los productores, en concepto del reintegro tributario establecido por el artículo 25 de la Ley No. 257 Ley de Justicia Tributaria y Comercial y su interpretación auténtica.

Para ello se establece que los fondos no reclamados por los productores al término de cada año fiscal, pasarán automáticamente al FOCAFE, quedando sin efecto cualquier reclamo posterior al cierre del año fiscal correspondiente.

Adicionalmente el FOCAFE se proveerá de los préstamos, contribuciones y donaciones que para el mismo obtengan el Gobierno y las organizaciones cafetaleras, asimismo, por los fondos provenientes de las sanciones pecuniarias establecidas en esta Ley.

El Fondo deberá someterse a auditoría externa, al menos una vez al año y publicar los resultados de la misma para conocimiento de todos los agentes del sector cafetalero.

Artículo 13.- El Fondo estará destinado al desarrollo de proyectos de fomento y rehabilitación de la caficultura nacional y su administración estará a cargo del Consejo Nacional del Café (CONACAFE). El Ministerio de Hacienda y Crédito Público efectuará liquidaciones anuales determinando los excedentes no reclamados, procediendo a su traslado al FOCAFE.

CAPITULO IV

ORGANO COMPETENTE

DEL CONSEJO NACIONAL DEL CAFÉ

Artículo 14.- Créase el Consejo Nacional del Café (CONACAFE) como el órgano competente y responsable de la aplicación de la presente Ley.

Artículo 15.- El Consejo estará integrado de la siguiente manera:

- a) El Ministro de Fomento, Industria y Comercio.
- b) El Ministro Agropecuario y Forestal.
- c) Ocho productores, uno por cada departamento cafetalero, que deberá ser elegido al seno de las organizaciones más representativas en cada circunscripción departamental.
- d) Un representante por los beneficiadores.
- e) Un representante de los exportadores.
- f) Un representante de UNICAFE.

El Ministro de Fomento, Industria y Comercio presidirá el Consejo y en su defecto será presidido por el Ministro Agropecuario y Forestal. Cada miembro deberá tener un suplente.

Artículo 16.- El Consejo deberá reunirse ordinariamente cada mes y extraordinariamente por convocatoria del Presidente del Consejo o bien, a solicitud de cuatro de sus miembros.

Artículo 17.- Habrá quórum cuando siete de los miembros del Consejo estén presentes y sus resoluciones se adoptarán por

mayoría. Para una reunión ordinaria se exigirá el quórum en la primera convocatoria; sin embargo, en una segunda convocatoria habrá quórum con los miembros presentes, siempre que concurra el miembro que lo preside. Igual procedimiento se observará en el caso de las reuniones extraordinarias.

Artículo 18.- Los miembros del Consejo, por las características de sus cargos, ejercerán sus funciones Ad-Honoren y solamente tendrán derecho a devengar por cada reunión, una dieta que será establecida para cada año presupuestario por el Consejo.

CAPITULO V

FACULTADES Y ATRIBUCIONES DEL CONSEJO

Artículo 19.- Para el cumplimiento de los fines y objetivos de esta Ley, los miembros del Consejo, a excepción de los representantes de los Ministerios, ejercerán sus cargos por un período de dos años. Este Consejo tendrá las siguientes facultades y atribuciones:

- a) Recomendar al Poder Ejecutivo las medidas que juzgue oportunas sobre la dirección, orientación, desarrollo y ejecución de la política cafetalera.
- b) Asesorar al Poder Ejecutivo en todo lo que se relacione a la suscripción de tratados y convenios internacionales y demás disposiciones relativas al fomento y desarrollo de la producción, exportación, consumo, comercialización y otros aspectos relativos al café.
- c) Participar y acompañar a las delegaciones gubernamentales ante los foros internacionales del sector cafetalero mundial, pudiendo dicha participación recaer en cualquier miembro del Consejo.
- d) Proponer la distribución de las cuotas de exportación de café que pudieran regir en el país, conforme a los convenios y acuerdos internacionales correspondientes.

- e) Llevar registros de los certificados de origen al exportador, extendidos por la Ventanilla Unica de exportación que lleva el CETREX.
- f) Formular y proponer al Poder Ejecutivo las políticas que regularán la actividad cafetalera en su conjunto.
- g) Dar seguimiento al proceso de producción, acopio, beneficiado, transformación, comercialización y exportación del café.
- h) Promover la ejecución de políticas de financiamiento oportunas y adecuadas a la actividad cafetalera.
- i) Recibir y canalizar las donaciones de orden público, de insumos agrícolas y otros remitidos sin destino específico a los productores de café en general, conforme a los convenios de cooperación correspondientes.
- j) Crear Comités Técnicos de Trabajo con delegados de las instituciones del Estado y los sectores privados representados en el Consejo, así como de otros que consideren del sector privado, siempre y cuando sea aprobado por la mayoría del Consejo.
- k) Gestionar y proponer ante el Gobierno, proyectos y programas de fomento a la caficultura, tanto en la parte crediticia como tecnológica, así como toda iniciativa destinada a promover la caficultura nacional.
- l) Administrar el Fondo Especial, el FOCAFE y los demás recursos que le transfiera el Ministro de Hacienda y Crédito Público.
- m) Gestionar ante el Gobierno la construcción y reparación de vías de acceso a los centros productores del grano, así como promover la cooperación del sector privado.
- n) Brindar apoyo de buen componedor, si lo acordaran las partes de una transacción cafetalera, en las discrepancias que puedan surgir entre las mismas.
- o) Proponer reformas al Formato Unico de Liquidación para la compraventa interna de café.
- p) Dar seguimiento a los compromisos internacionales suscritos por el país.

- q) Elaborar su presupuesto anual.
- r) Promover la capacitación, en coordinación con los agentes económicos del proceso de producción, industrialización, comercialización y exportación del café, que permita al país incrementar el grado de competitividad internacional.
- s) Estimular y promover el desarrollo competitivo y eficiente del sistema de mercado del café nicaragüense a nivel local, regional e internacional en los diferentes eslabones de la cadena de comercialización.
- t) Promover el mejoramiento de la calidad del café nicaragüense a nivel de producción, beneficio, selección, clasificación, procesamiento y empaque.
- u) Promover la imagen internacional del café nicaragüense mediante campañas de información, participación en ferias y afiliación a organizaciones a fines.
- v) Otras actividades de fomento en apoyo a la caficultura y aquellas que le sean delegadas, conforme el marco legal vigente.

CAPITULO VI

PATRIMONIO DEL CONSEJO

Artículo 20.- El patrimonio del Consejo se formará con sus bienes, los ingresos derivados de los mismos y de los servicios que preste; con las asignaciones del Estado, así como con cualquier otro recurso que adquiera por título legal.

Artículo 21.- El Estado asigna al Consejo la cuota fija de cincuenta centavos dólar por cada quintal de café oro exportado. Dicha cuota se tomará de los ingresos fiscales percibidos por el rubro y será transferida mensualmente al Consejo por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, en su carácter de agente financiero del Estado.

Artículo 22.- El Consejo pagará, con cargo a la cuota mencionada en el artículo anterior:

- a) Sus aportaciones a organizaciones internacionales, organismos o instituciones regionales encargados del control, coordinación o estabilización del mercado del café.
- b) Los proyectos de promoción y fomento presentados por el sector cafetalero.
- c) Las actividades obligatorias de conformidad con las funciones atribuidas en la presente Ley.
- d) Los gastos administrativos y demás erogaciones derivadas del cumplimiento del Consejo con los compromisos internacionales que conlleven la participación de sus miembros en tales entidades.

CAPITULO VII

DE LA SECRETARIA EJECUTIVA DEL CONSEJO

Artículo 23.- Para los fines establecidos en la presente Ley, el Consejo contará con una Secretaría Ejecutiva la que actuará como órgano de administración y ejecutor de las resoluciones del Consejo.

La Secretaría Ejecutiva estará dirigida por un Secretario Ejecutivo, quien será nombrado por dos tercios de los miembros del Consejo Nacional del Café.

Artículo 24.- Son facultades de la Secretaría Ejecutiva:

- a) Actuar como órgano de administración del Consejo, así como de otros recursos que le sean asignados o adquiridos por donaciones o cualquier otro título legal.
- b) Informar a los productores y exportadores sobre los precios internacionales del café, los cambios en el mercado internacional y sus tendencias.

- c) Establecer el registro por zonas de los productores, beneficiadores, industrializadores y exportadores.
- d) Promover y velar por el uso del Formato Único de Liquidación al Productor y del Contrato de Compraventa Interna aprobado por el Consejo para las transacciones internas de compraventa de café.
- e) Requerir del CETREX información semestral pertinente al control de las exportaciones efectuadas en ese período.
- f) Promover, en la compraventa interna, que los precios pagados al productor sean acordes a los precios del mercado internacional para cada calidad de café.
- g) Promover nuevos destinos de mercado internacional para las ventas de café, si a juicio del Consejo conviene a los intereses de la caficultura nacional y al mejor cumplimiento de las obligaciones internacionales del país.
- h) Promover e impulsar la exportación a nuevos mercados, así como nuevas contrataciones del café que beneficien al sector en su conjunto.
- i) Promover el adecuado abastecimiento del mercado interno, fomentando el consumo nacional de una calidad superior.
- j) Promover la creación de almacenes de depósito, bodega y otros servicios relacionados con la producción y comercio de café.
- k) Promover la creación de una Bolsa del Café, la que tendrá como finalidad la realización de transacciones contractuales de venta contra entrega, inmediata o de futuro. Dicha Bolsa deberá ser administrada por la iniciativa privada.
- l) Todas aquellas que les sean delegadas por el Consejo.

CAPITULO VIII

DE LA SECRETARIA TÉCNICA DEL CONSEJO

Artículo 25.- El Consejo podrá contar, además, con una Secretaría Técnica encargada de proponer y coordinar las políticas de investigación y desarrollo tecnológico. En tal caso, en ella deberán participar el sector privado, las universidades y centros de investigación que posean las estructuras necesarias para tal efecto. FOCAFE financiará los proyectos que respondan a las políticas tecnológicas definidas por el Consejo.

Artículo 26.- Las funciones de la Secretaría Técnica serán:

- a) Desarrollar la investigación, validación y transferencia de tecnología y realizar las validaciones de acuerdo a lo establecido en las leyes respectivas.
- b) Proporcionar asistencia técnica a los productores en las diversas etapas de la actividad cafetalera.
- c) Organizar servicios orientados al mejoramiento de la productividad, control de calidad y catación.
- d) Mantener en forma actualizada los estudios de precios de los mercados internacionales, según las variedades de café nicaragüense.
- e) Velar que la asistencia técnica apropiada llegue al productor en forma eficiente.
- f) Velar por las calidades del café exportable que se produce a nivel nacional.
- g) Coordinar con organismos especializados en el cuidado y preservación del medio ambiente, la realización de monitoreos periódicos que evalúen el impacto ambien-

tal de la producción cafetalera, a fin de apoyar el desarrollo sostenible del país.

- h) Promover la creación de incentivos de mercado a los actores cafetaleros que alcancen niveles de calidad y sostenibilidad ecológica, de acuerdo a normas determinadas mediante estudios técnicos.
- i) Apoyar y promover la promoción de instituciones privadas que contribuyan al desarrollo tecnológico de la actividad cafetalera.
- j) Todas aquellas que sean delegadas por el Consejo.

CAPITULO IX

DE LA COMPRAVENTA DE CAFÉ

Artículo 27.- Toda negociación que se realice entre cualquier comprador interno y un productor, deberá estar contenida en un contrato escrito de venta interna, el cual se ha de regir por lo establecido en este Capítulo y por la legislación mercantil vigente.

Artículo 28.- El contrato de venta interna para las compras y ventas del café, tiene por finalidad establecer un compromiso entre las partes involucradas. Las partes deberán consignar en el contrato el precio real pactado y en su defecto el procedimiento de fijación de éste cuando se trate de contratos abiertos, el detalle específico del concepto y costo de cada deducción acordada entre ellas.

Artículo 29.- En los contratos de compraventa de futuro, al igual que en las liquidaciones finales de café al productor, el comprador no podrá, bajo ningún concepto, incorporar otras tran-

sacciones tales como los intereses sobre préstamos o adelantos al pago de la cosecha objeto del contrato.

Para tal fin, el comprador que se encuentre en esta condición y haya financiado al productor de alguna manera, deberá hacerlo constar en un documento separado, copia del cual entregará al productor.

Artículo 30.- El contrato de venta interna para la compraventa de café deberá contener como mínimo, la siguiente información:

Fecha. _____

Nombre, dirección y código del productor y número RUC.

Nombre, dirección y código del exportador y número RUC.

Precio contrato «C» Nueva York y diferencial (premio o descuento), o posición de futuro para fijar su precio.

Cantidad y peso por unidad.

Descripción de la calidad.

Tipo.

Fecha de entrega.

Lugar y forma de entrega.

Condiciones y formas de pago.

Precio neto detallando deducciones, según liquidación.

Firmas de aceptación.

CAPITULO X

DEL FORMATO UNICO DE LIQUIDACIONES AL PRODUCTOR

Artículo 31.- El Formato Unico de Liquidación al Productor tiene la finalidad de garantizar a los productores del país la obtención del precio real, según tipo y calidad de café, de acuerdo a los precios del mercado internacional vigente a la fecha de negociación del contrato.

Artículo 32.- Al momento de hacerse efectivo, todo contrato de café deberá ser acompañado de su correspondiente Formato de Liquidación, el cual deberá contener la siguiente información:

Nombre, dirección, código de productor y número RUC.

Nombre, dirección, código de comprador y número RUC.

Precio contrato «C» Nueva York y diferencial (premio o descuento). _____

Costo del Beneficiado. _____

Costo del transporte al beneficio. _____

Costo del saco de exportación. _____

Costo de supervisión del control de calidad. _____

Costo de transporte a puerto. _____

Seguro. _____

Costo por manejo de café en puerto. _____

Costo de envío de muestra al exterior, proporcional a la muestra. _____

Gastos administrativos. _____

Comisión por exportación. _____

Impuestos de ley. _____

Valor neto a pagar al productor. _____

Se exceptúa de esta obligación las transacciones en las que se haya enterado el pago efectivo total contra entrega física inmediata del producto, en cuyo caso bastará establecer el precio pactado y los comprobantes de las retenciones.

Artículo 33.- La falta de cumplimiento de lo establecido en cuanto al uso del contrato de venta interna y del Formato Único de Liquidaciones de café, ameritará sanciones pecuniarias establecidas desde un cinco y hasta un treinta por ciento del valor del contrato respectivo.

CAPITULO XI

DE LA COMPRAVENTA EXTERNA

Artículo 34.- El exportador, para realizar sus ventas de café al exterior, deberá observar lo preceptuado en la presente Ley.

Artículo 35.- El Consejo, una vez conocido el interés de personas naturales o jurídicas, de vender en el exterior, apoyará en las gestiones de comercialización, lo mismo que facilitará toda relación, conocimiento de mercados y todo lo que sea necesario para que los interesados puedan acceder al mercado internacional.

Artículo 36.- El Consejo podrá proponer al Poder Ejecutivo las medidas que corresponda aplicar para cumplir compromisos internacionales o que respondan a situaciones especiales de comercio, que el Consejo por mayoría establecida en esta Ley, calificará. El Consejo dará seguimiento a la aplicación, en su caso, de esta medida.

Artículo 37.- El Consejo asegurará que la calidad de las exportaciones no exponga el prestigio del café de Nicaragua.

Para cumplir con esta responsabilidad, el Consejo deberá estar acreditado como organismo certificador de calidad, de acuerdo a lo establecido en la Ley 219, «Ley de Normalización Técnica y de Calidad».

Artículo 38.- El Consejo de Café velará porque se cumpla con las normas técnicas de comercialización a que deberán sujetarse las exportaciones de café, de acuerdo a lo contemplado en la legislación nicaragüense y a las normas del mercado internacional.

Artículo 39.- El Consejo podrá coordinar algunas acciones que conlleven al cumplimiento de compromisos internacionales.

CAPITULO XII

DE LOS CONTRATOS PARA LA EXPORTACIÓN

Artículo 40.- Los exportadores deberán inscribir sus contratos de venta externa, en la Ventanilla Unica destinada a las Exportaciones en el CETREX, quien deberá remitir mensualmente, copia de los mismos a CONACAFE.

Artículo 41.- Para aquellos contratos de venta externa, cuyo precio quedó por fijar, es necesario que el exportador informe a la Secretaría Ejecutiva, el precio pactado, una vez que este haya sido fijado.

La violación a esta disposición representará para el exportador una sanción pecuniaria equivalente al veinte por ciento del precio real negociado.

Artículo 42.- Salvo lo establecido en el Artículo 26 de la Constitución Política, todos los datos que contengan los contratos tendrán carácter confidencial.

La violación del carácter confidencial de la información contenida en los contratos registrados, trae aparejada una sanción pecuniaria, equivalente como mínimo, a dos salarios mensuales del funcionario a quien se halle responsable.

CAPITULO XIII

DEL COMERCIO INTERNO DEL CAFE

Artículo 43.- Los beneficiadores, casas comercializadoras o exportadoras, en el acto de compraventa de café, deberán exigir a toda persona que comercialice el producto, el código o carnet extendido por el Consejo.

De no cumplirse con el requisito anterior, los beneficiadores, casas comercializadoras o exportadores, deberán de abstenerse de recibir el producto, de lo contrario, se presumirá ilícita la procedencia del café y estará sujeto a decomiso por parte de la autoridad competente.

Artículo 44.- El beneficiador, casa comercializadora o exportador deberá extender el correspondiente recibo o comprobante al productor, detallando en éste la cantidad, calidad, tipo y estado del café.

Este procedimiento deberá observarse también cuando el beneficiador entregue el café en su carácter de productor.

En todos los casos deberá constar en el recibo, comprobante o formato único de que habla esta Ley, el código de comprador asignado por la Secretaría Ejecutiva del Consejo.

Artículo 45.- El Código de identidad extendido por el Consejo a los diferentes agentes económicos que participan en la actividad cafetalera deberá ser anotado en los recibos o contratos de venta interna a que se refiere la presente Ley.

Artículo 46.- El Consejo deberá llevar un registro exacto de la capacidad instalada de los beneficios que existan en el país.

Artículo 47.- El beneficiador es responsable por los daños ocasionados a la calidad del café como consecuencia del proceso de beneficiado que le contrate un productor. En este sentido, cualquier disminución en el precio de venta, como efecto directo de errores atribuibles al proceso de beneficiado, deberá asumirla el beneficiador. Igualmente el beneficiador es el único responsable de las pérdidas y daños que por cualquier causa, afecten al producto desde que éste fue depositado en el beneficio.

Se exceptúan los casos de causa fortuita o fuerza mayor debidamente comprobados.

Artículo 48.- Asimismo, están sujetas a las disposiciones del artículo anterior, las casas comercializadoras, exportadoras y cualquier otro agente económico que mantenga, maneje o almacene en su poder y bajo su responsabilidad, existencias de café propiedad de un productor o de un tercero. Se exceptúa la causa fortuita o fuerza mayor, debidamente comprobada.

Artículo 49.- Los agentes económicos a que se refieren los dos artículos anteriores, están en la obligación de mantener una póliza de seguro, cuya cobertura cubra la responsabilidad civil que asumen por los volúmenes recibidos para el manejo, almacenamiento y procesamiento del café. La Secretaría Ejecutiva

del Consejo publicará una lista de aquellos beneficios que no cumplan con esta disposición.

Al incumplimiento de lo establecido en los tres artículos precedentes, se le aplicarán las siguientes sanciones pecuniarias, sin perjuicio de las acciones civiles que promueva el perjudicado:

- a) La primera vez, con un 5% sobre el valor total del producto bajo su responsabilidad.
- b) La segunda vez, con un 10% sobre dicho valor.
- c) La tercera vez, con un 15% de este valor.

La reincidencia en este caso ameritará sanción pecuniaria equivalente al valor total del producto bajo su responsabilidad.

Artículo 50.- Si al momento de recibir pago por su café, el productor tuviera saldos pendientes o cuotas por créditos a cancelar con el comprador, sean éstos en efectivo o en especies, dichos saldos y cuotas, así como los intereses, comisiones, etc., de éste crédito, deberán consignarse en documentos separados y no podrán ser incluidos en el Formato Unico de Liquidación.

Artículo 51.- Las casas exportadoras están obligadas a responder frente al productor en caso de que el café propiedad del productor sufra cualquier daño; igual responsabilidad se establece para el caso de quiebra o pérdida por parte de la casa exportadora. A tal efecto, dichas casas deberán contar con un seguro que responda por los daños correspondientes, el cual deberá formar parte del expediente de registro como exportador ante CONACAFE.

Artículo 52.- En el caso del contrato abierto en cuanto a la entrega física del café, el productor podrá entregar su producto

antes de la posición pactada en el contrato, cuando por razones climáticas, la maduración de la cosecha se anticipe. En este caso, el comprador deberá recibir el café antes de la posición acordada en el contrato, manteniéndose vigente en lo demás, los términos del mismo.

Artículo 53.- Cuando se trate de que en un contrato abierto en cuanto a la fijación de precios, la casa exportadora estará obligada a rematar la venta del producto según las condiciones del mercado, a partir del momento que así lo solicitare el productor, haciendo efectivo el remate en las primeras horas hábiles del mercado internacional y a la posición pactada en el contrato, para lo cual bastará que el productor presente una comunicación por escrito y dentro de las horas hábiles de apertura y cierre de la Bolsa de Nueva York.

En caso de que, por cualquier motivo, la casa exportadora no remate el café en el momento que así lo requiera el productor, se tendrá por rematado éste al precio más alto de la Bolsa de Nueva York, de la posición pactada en el contrato.

Artículo 54.- En caso de que un contrato abierto, ya sea de entrega física o de fijación de precios, cualquiera de las partes contraviniera lo acordado en dicho contrato, salvo lo dispuesto en los artículos 52 y 53 de esta ley, el infractor podrá ser sujeto de una sanción pecuniaria equivalente al monto de lo negociado. Esto sin perjuicio del derecho del perjudicado de reclamar daños y perjuicio por la vía judicial.

Artículo 55.- Cuando se trate de un contrato de venta interna para entrega de futuro, las partes deberán cumplir con la fecha, cantidad, calidad y precio pactado en el contrato, esto sin perjuicio de lo establecido en los artículos 52 y 53 de la presente Ley.

Artículo 56.- En caso de controversia entre las partes, éstas podrán acordar someterse al arbitraje del Consejo, para dirimir ésta. Si no se llegara a decidir el caso en esta forma, las partes recurrirán a hacer uso de la acción ante la vía judicial ordinaria.

CAPITULO XIV

DISPOSICIONES TRANSITORIAS Y FINALES

Artículo 57.- Será considerada nula y se tendrá por no puesta, cualquier renuncia que haga el productor de las disposiciones de esta Ley que le favorezcan.

Artículo 58.- Lo recaudado en concepto de sanciones por el incumplimiento a lo establecido en la presente Ley, deberá ser pagado al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, en su carácter de agente financiero del Estado. La transferencia de estos fondos se realizará mensualmente y en un cien por ciento del valor de las mismas, al Fondo de Fomento y Desarrollo Cafetalero (FOCAFE).

Artículo 59.- La elección de los productores de cada Departamento, que serán miembros del Consejo deberá verificarse dentro de los 40 días posteriores a la publicación de esta Ley. El Consejo Nacional del Café deberá ser instalado por el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio, a más tardar 15 días después de la entrada en vigencia de la presente Ley.

Artículo 60.- La presente Ley deja sin efecto ni valor alguno todas aquellas disposiciones que se le opongan.

Artículo 61.- La presente Ley entrará en vigencia 60 días después de su publicación en La Gaceta, Diario Oficial.

Dada en la ciudad de Managua, en la Sala de Sesiones de la Asamblea Nacional, a los veintitrés días del mes de noviembre del dos mil. OSCAR MONCADA REYES, Presidente de la Asamblea Nacional. PEDRO JOAQUIN RIOS CASTELLON, Secretario de la Asamblea Nacional.

Por tanto: Téngase como Ley de la República. Publíquese y Ejecútese. Managua, diecinueve de diciembre del año dos mil.

ARNOLDO ALEMÁN LACAYO,

Presidente de la República de Nicaragua.

**Valor Agregado Real del Café en la Economía
(Millones de Córdoba de 1980)**

Anexo No. III

Año	PIB Nacional	PIB Agropecuario	PIB Agrícola	Café Oro V.A.	Café %PIBA	Café % PIB
1980	20798.8	4602.5	2869.6	1153.3	40.19	5.55
1981	21914.3	5046.5	3538.3	1187.7	33.57	5.42
1982	21735.4	5254.4	3578.8	1299.4	36.31	5.98
1983	22738.1	5576.5	3897.6	1368.0	35.10	6.02
1984	22382.0	5292.4	3535.8	980.4	27.73	4.38
1985	21468.4	5035.0	3292.6	1014.1	30.80	4.72
1986	21250.0	4594.1	2965.0	800.8	27.01	3.77
1987	21099.9	4415.6	2991.8	903.6	30.20	4.28
1988	18473.0	4004.5	2656.8	805.6	30.32	4.36
1989	18159.4	2805.5	1337.0	98.9	7.40	0.54
1990	18142.4	4394.9	2886.9	793.8	27.50	4.38
1991	18107.9	4196.6	2741.3	662.6	24.17	3.66
1992	18177.8	4310.6	2727.8	868.2	31.83	4.78
1993	18106.6	4332.8	2557.7	700.7	27.40	3.87
1994	18710.7	4757.2	2990.2	836.2	27.96	4.47
1995	19518.2	4898.1	3205.8	900.1	28.08	4.61
1996	20450.0	5265.8	3557.4	1068.6	30.04	5.23
1997	21493.8	5714.4	3901.9	1074.6	27.54	5.00
1998	22367.6	5954.2	4173.9	1293.6	30.99	5.78
1999	24014.7	6384.0	4510.4	1454.6	32.25	6.06
2000	25330.2	7071.5	4950.2	1817.0	36.71	7.17
2001	26077.5	7347.6	5063.8	1576.8	31.14	6.05

Fuente: Elaborado con datos del BCN.

**Nicaragua: Producción, Acopio, Autoconsumo de Café
por Departamento, Ciclo Agrícola 2000-2001.
(Quintales Oro)**

Anexo No. IV

Región/Dpto.	Producción	Acopio	Autoconsumo
I	253,100.0	223,812.6	29,287.4
Nueva Segovia	128,878.0	118,547.4	10,330.7
Madríz	103,240.0	93,818.0	9,422.0
Estelí	20,982.0	11,447.3	9,534.7
II	4,290.0	4,290.0	
León	2,574.0	2,574.0	
Chinandega	1,716.0	1,716.0	
III	35,977.0	31,484.9	4,492.1
Managua	35,977.0	31,484.9	4,492.1
IV	62,820.0	44,972.9	17,847.1
Granada	7,638.0	5,451.9	2,186.1
Masaya	19,633.0	14,061.4	5,571.6
Carazo	35,549.0	25,459.6	10,089.4
V	33,311.0	24,644.8	8,666.2
Chontales			
Boaco	33,311.0	24,644.8	8,666.2
VI	1,419,019.0	1,189,353.0	229,666.0
Jinotega	821,384.0	697,106.6	124,277.4
Matagalpa	597,635.0	492,246.4	105,388.6
Total País	1,808,517.0	1,518,558.2	289,958.8

Nota: Datos preliminares.

Fuente: Elaborado con datos del MAGFOR y UNICAFE.

Nicaragua: Exportaciones de Café				Anexo No. V	
Años	Valor	Volumen	Precio	Export. Totales País (Valor)	Export. Café / Total %
1990	71.0	848.9	83.6	330.5	21.48
1991	36.2	478.2	75.7	272.4	13.29
1992	45.3	808.5	56.0	223.1	20.30
1993	31.8	583.6	54.5	269.7	11.79
1994	73.0	799.1	91.4	334.6	21.82
1995	131.3	879.5	149.3	466.0	28.18
1996	116.0	1,059.4	109.5	466.4	24.87
1997	115.7	820.4	141.0	576.7	20.06
1998	173.4	1,182.1	146.7	573.2	30.25
1999	135.3	1,253.6	107.9	545.2	24.82
2000	170.9	1,836.7	93.0	645.1	26.49
2001	109.8	1,915.5	54.8	592.4	18.53

Fuente: BCN y DGA.

Centroamérica: Valor, Volumen y Precio Unitario de las Exportaciones de Café

Anexo No. VI

Países	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000 a/
Volumen b/											
El Mundo	4,569.8	4,853.2	4,672.1	4,577.0	4,120.3	4,482.2	5,070.5	4,676.8	5,085.9	5,540.3	5,378.5
Centroamérica	635.1	556.9	626.4	674.0	583.1	591.6	710.1	687.0	642.8	700.6	832.6
Costa Rica	140.0	144.7	148.8	145.3	132.5	128.5	158.3	124.5	134.2	128.9	132.5
El Salvador	148.7	127.5	125.2	175.9	123.2	108.0	136.2	166.4	101.5	113.9	150.5
Guatemala	203.3	176.1	197.5	223.7	187.5	206.8	241.3	255.1	212.9	280.9	290.6
Honduras	104.1	86.6	117.7	102.3	103.1	107.8	123.6	103.3	139.8	119.2	174.6
Nicaragua	39.0	22.0	37.2	26.8	36.8	40.5	48.7	37.7	54.4	57.7	84.4
Valor c/											
Centroamérica	1,081.0	953.0	796.0	863.0	1,170.0	1,798.0	1,590.0	2,000.0	1,921.0	1,513.0	1,664.0
Costa Rica	246.0	264.0	203.0	204.0	308.0	417.0	384.0	417.0	409.0	289.0	274.0
El Salvador	260.0	220.0	151.0	235.0	271.0	362.0	339.0	521.0	324.0	245.0	298.0
Guatemala	323.0	287.0	249.0	267.0	318.0	539.0	472.0	620.0	585.0	588.0	580.0
Honduras	181.0	146.0	148.0	125.0	200.0	349.0	279.0	326.0	430.0	256.0	341.0
Nicaragua	71.0	36.0	45.0	32.0	73.0	131.0	116.0	116.0	173.0	135.0	171.0
Precio unitario d/											
Centroamérica	1,703.0	1,710.0	1,271.0	1,281.0	2,006.0	3,042.0	2,240.0	2,911.0	2,988.0	2,160.0	1,998.0
Costa Rica	1,755.0	1,823.0	1,363.0	1,403.0	2,321.0	3,249.0	2,426.0	3,350.0	3,050.0	2,240.0	2,068.0
El Salvador	1,750.0	1,722.0	1,208.0	1,338.0	2,199.0	3,352.0	2,453.0	3,128.0	3,189.0	2,152.0	1,981.0
Guatemala	1,591.0	1,627.0	1,261.0	1,196.0	1,696.0	2,608.0	1,958.0	2,432.0	2,745.0	2,093.0	1,995.0
Honduras	1,738.0	1,685.0	1,255.0	1,218.0	1,941.0	3,241.0	2,257.0	3,158.0	3,074.0	2,149.0	1,951.0
Nicaragua	1,819.0	1,647.0	1,218.0	1,186.0	1,984.0	3,245.0	2,380.0	3,066.0	3,189.0	2,346.0	2,025.0

a/ : Cifras preliminares.

b/ : Miles de toneladas.

c/ : Millones de dólares.

d/ : Dólares por TM, promedio ponderado.

Fuente : CEPAL, sobre la base de cifras oficiales.

Cadena de Comercialización del Café

**Serie de Precios Spot Nueva York a/
Café Arábica Brasileño, en US\$/QQ**

Anexo No. VII

Años	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio
1967	38.59	38.15	37.84	38.30	39.26	39.04	38.14	37.86	37.34	36.36	36.52	36.67	37.84
1968	37.32	37.05	37.01	37.43	37.50	37.48	37.46	37.14	37.27	37.35	37.08	37.46	37.30
1969	38.48	38.47	37.50	37.27	37.13	37.23	37.06	ND	42.93	47.00	48.11	48.58	40.89
1970	52.54	52.75	52.63	53.08	53.50	54.05	55.93	57.73	58.74	58.09	58.45	56.11	55.30
1971	55.49	51.21	44.10	42.92	42.59	43.44	41.70	41.74	42.07	42.27	42.20	43.87	44.47
1972	44.27	44.45	45.52	46.01	47.43	48.07	55.38	59.88	57.08	55.83	56.22	56.29	51.37
1973	57.58	61.81	64.58	65.67	66.80	68.70	71.71	71.99	71.21	71.78	72.02	72.39	68.02
1974	69.14	72.61	75.88	75.98	76.75	74.58	69.51	67.50	63.85	67.58	68.53	69.77	70.97
1975	71.22	73.01	71.80	70.43	75.16	75.19	68.50	66.04	95.50	95.36	94.06	98.15	82.04
1976	109.05	118.83	116.13	133.90	148.60	150.63	151.08	150.45	154.59	162.28	182.82	212.53	149.24
1977	247.26	262.55	359.09	369.00	326.89	319.95	316.84	315.00	315.00	315.00	317.50	227.86	307.66
1978	216.36	200.44	166.56	168.95	161.26	167.09	147.46	144.63	152.99	153.33	150.21	143.15	164.37
1979	135.43	128.82	138.44	145.01	154.38	192.33	201.98	197.86	208.95	211.26	214.14	213.52	178.51
1980	213.04	197.25	204.21	208.12	215.13	181.33	207.26	208.95	211.14	210.39	208.15	212.93	206.49
1981	221.72	ND	218.58	218.50	ND	224.76	169.43	143.05	137.50	149.18	158.56	154.21	181.54
1982	148.95	153.11	143.70	143.86	141.33	144.42	138.17	142.05	142.92	141.31	141.63	142.69	143.68
1983	140.73	142.29	142.02	140.86	141.51	142.81	142.51	138.70	136.65	145.31	146.88	152.76	142.75
1984	155.15	155.38	152.82	149.80	145.91	149.45	146.99	150.62	151.55	147.63	144.93	145.59	149.65
1985	152.10	157.25	155.56	146.33	143.84	136.71	130.81	133.25	139.03	150.27	174.28	201.70	151.76
1986	303.42	276.26	286.68	288.55	280.24	229.10	183.40	190.43	210.36	187.99	175.58	162.40	231.20
1987	119.75	114.42	97.41	101.68	111.96	98.34	89.95	91.40	100.67	111.68	122.05	117.09	106.37
1988	117.35	130.40	126.21	123.30	121.02	122.81	120.01	111.89	118.79	115.65	118.53	136.11	121.84
1989	145.29	128.72	128.06	131.45	128.94	115.02	78.75	67.32	67.75	60.32	65.53	67.93	98.76
1990	70.36	77.59	86.17	87.45	86.31	82.94	78.94	90.25	92.20	85.78	77.46	80.17	82.97
1991	75.59	79.39	83.83	81.58	75.56	72.44	69.24	68.15	75.08	65.91	66.03	62.14	72.91
1992	62.03	58.05	59.60	54.94	51.11	49.08	48.53	46.40	49.43	59.64	64.64	74.39	56.49
1993	67.13	66.34	62.60	54.92	57.26	55.70	65.76	73.25	75.58	71.65	74.20	74.51	66.58
1994	71.42	80.14	84.72	87.14	118.37	136.43	211.81	192.38	212.73	191.21	172.83	159.73	143.24
1995	162.81	161.07	171.48	166.54	161.72	145.22	139.68	149.54	130.26	127.23	125.33	110.46	145.95
1996	127.54	144.05	140.99	132.92	134.76	125.44	106.93	108.28	103.10	105.77	103.76	103.71	119.77
1997	127.28	160.21	179.75	183.73	209.62	184.21	158.52	158.25	167.77	152.12	149.07	171.12	166.80
1998	179.83	177.78	154.84	141.11	124.89	104.09	96.22	101.92	92.76	91.32	96.67	100.28	121.81
1999	99.43	91.72	88.90	86.14	96.29	91.69	78.13	76.67	70.43	78.74	98.41	109.47	88.84
2000	97.68	91.51	89.93	86.46	87.23	78.32	79.89	70.57	71.14	72.28	68.95	64.39	79.86
2001	62.38	62.50	60.35	55.11	57.19	51.86	46.43	46.49	42.42	38.63	42.82	42.21	50.70
2002	42.56												42.56

a/ : Los precios hasta 1980 son precios spot New York Santos #4. De 1981 en adelante corresponden a precios de la OIC correspondientes al café brasil y otros arábigas.

Fuente : USDA.

**Costos de Producción Referenciales
Café Tecnificado (Norte), Ciclo Agrícola 2001/02**

Anexo No. VIII

Conceptos	Cant. o Dosis	UM	Costo Unif. C\$	Costo Total C\$	Costo Total US\$
1. MANO DE OBRA				2,378.75	178.26
Regulación de sombra	10.00	DH	35.00	350.00	26.23
Poda (recepo)	10.00	DH	35.00	350.00	26.23
Aplic. de pasta en recepo	0.25	DH	35.00	8.75	0.66
Desbejuca	6.00	DH	35.00	210.00	15.74
Deshierba manual	8.00	DH	35.00	280.00	20.98
Aplic. de herbicidas	2.00	DH	35.00	70.00	5.25
Resiembra	2.00	DH	35.00	70.00	5.25
Deshija	8.00	DH	35.00	280.00	20.98
Aplicación de fertilizantes	5.00	DH	35.00	175.00	13.11
Aplicación de Pesticidas	2.00	DH	35.00	70.00	5.25
Aplicación de Nematicidas	1.00	DH	35.00	35.00	2.62
Rastreo y Control de Enfermedades	2.00	DH	35.00	70.00	5.25
Mant. de cercas, caminos y drenajes	4.00	DH	35.00	140.00	10.49
Establec. y mant. de cortinas rompe vientos	2.00	DH	35.00	70.00	5.25
Seguridad de finca				200.00	14.99
2. INSUMOS				3,957.80	296.60
Completo (20-5-20)	15.00	QQ	140.00	2,100.00	157.38
Fertilizante nitrogenado (Urea 46%)	7.50	QQ	140.00	1,050.00	78.69
Fertilizante foliar (Tacramento, bayfolan, fetrilon, combi, microcit)	2.00	KG	51.00	102.00	7.64
Boro o solubor	1.00	KG	25.00	25.00	1.87
NU-Z (Zinc)	1.80	KG	60.00	108.00	8.09
Round-up (Glifosato)	0.50	LT	100.00	50.00	3.75
Gramoxone	1.75	LT	100.00	175.00	13.11
2-4-D	0.50	LT	40.00	20.00	1.50
Endosulfan	0.50	LT	92.00	46.00	3.45
Malathion	0.70	LT	63.00	63.00	4.72
Oxicloruro de cobre	4.00	KG	35.00	140.00	10.49
Cal	9.00	lbs	2.08	18.72	1.40
Counter	1.00	KG	0.08	0.08	0.01
Adherente	1.00	LT	60.00	60.00	4.50
3. SERVICIOS					
Transporte de insumos	22.50	QQ	10.00	745.00	55.83
Transporte de agua	700.00	GLNS	0.40	225.00	16.86
Asistencia técnica	12.00	MESES	20.00	280.00	20.98
				240.00	17.99
4. CONSERVACION DE SUELOS Y AGUAS EN PLANT.				260.00	19.48
5. PREPARACION PLANTAS RESIEMBRA (5%)	200.00	PLANTAS	2.00	350.00	26.23
6. COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES				546.60	40.96
Combustible	18.00	GLNS	28.70	516.60	38.71
Aceite	1.00	LTS	30.00	30.00	2.25
COSTO AGRICOLA TOTAL				8,238.15	617.37

**Costos de Producción Referenciales
Café Tecnificado (Norte), Ciclo Agrícola 2001/02**

Anexo No. VIII

Conceptos	Canf. o Dosis	UM	Costo Unif. C\$	Costo Total C\$	Costo Total US\$
7. CORTE O COSECHA				6,477.25	485.41
Salario de cortadores	640.00	LATAS	9.00	5,760.00	431.66
Capataz	2.10	DH	35.00	73.50	5.51
Apuntador	0.70	DH	6.00	4.20	0.31
Canastos	3.00	CNTOS/MZ	10.00	30.00	2.25
Sacos	3.30	MZ	6.00	19.80	1.48
Transporte de cortadores			82.75	82.75	6.20
Transporte interno			91.00	91.00	6.82
Transporte beneficio húmedo a seco	64.00	QQ	6.50	416.00	31.18
8. DEP. Y MANT. DE INFRAESTRUCTURA				1,105.00	82.81
Camino internos			260.00	260.00	19.48
Equipos y maquinaria			650.00	650.00	48.71
Edificios			65.00	65.00	4.87
Otros			130.00	130.00	9.74
9. REPOSIC. DE EQUIPOS E IMPLEMENTOS				260.00	19.48
10. ADMINISTRACION (10% del costo total agrícola)				823.82	61.74
11. FINANCIAMIENTO PRE-CORTE				823.82	61.74
12. FINANCIAMIENTO CORTE				647.73	48.54
13. PROCESAMIENTO INDUSTRIAL					
Beneficio Integrado	32.00	QQ	86.74	2,775.53	208.00
14. COMERCIALIZACION				539.67	40.44
Catación y certificación				75.00	5.62
Sacos de exportación	21.33	SACOS	12.00	256.00	19.18
Transporte a puerto	32.00	QQ	6.50	208.00	15.59
Certificado fitosanitario MAG-FOR				0.67	0.05
COSTO TOTAL				21,690.95	1,625.53
RENDIMIENTO PROMEDIO EN QQ ORO/MZ				32.00	
PRECIO PROMEDIO DE EXPORTACION EN C\$/QQ a/				867.35	65.00
INGRESO BRUTO				27,755.31	
RENTABILIDAD %				0.28	
RENDIMIENTO DE EQUILIBRIO (COSTO MZ/PRECIO C\$/QQ)				25.01	
PRECIO DE EQUILIBRIO (COSTO MZ/RENDIMIENTO)				677.84	52.14

Tipo de cambio: C\$ 13.3439* 1 dólar.

a/ : Precio promedio de exportación ciclo 2001/2002 4000 plantas en una manzana.

Fuente : MAGFOR.

Índice de Estacionalidad del Precio del Café

Anexo No. IX

Meses	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Mediana	Índice Estacional
Ene		0.974	0.855	1.085	0.994	1.227	0.937	0.984	0.991
Feb		1.126	1.037	1.128	0.932	1.134	0.973	1.082	1.090
Mar		1.127	1.149	1.038	0.933	1.091	0.990	1.064	1.073
Abr		1.080	1.179	1.027	0.912	1.009	0.973	1.018	1.026
May		1.112	1.480	0.969	1.063	1.033	1.041	1.052	1.060
Jun		1.045	1.194	0.907	1.027	0.966	1.004	1.015	1.023
Jul	0.967	0.891	0.997	0.890	0.885	1.039	1.795	0.967	0.974
Ago	1.051	0.893	0.988	0.982	0.844	0.968		0.975	0.983
Sep	0.928	0.828	0.989	0.940	0.775	0.990		0.934	0.942
Oct	0.924	0.815	0.891	0.967	0.857	1.011		0.908	0.915
Nov	0.928	0.750	0.888	1.067	1.102	0.942		0.935	0.942
Dic	0.829	0.701	1.037	1.109	1.105	0.911		0.974	0.981
								11.907	12.000

Fuente: Elaborado a partir de los precios internacionales que se muestran en el anexo No. VIII

Análisis de Competitividad del Café por Tecnología

Anexo No. X

Conceptos	Tecnif.	Semitec.	Tradic.
1. Costos internos			
Costo agrícola total (US\$/Mz)	1,345.91	858.67	138.41
Rendimiento (Qq pergamino húmedo/Mz)	64.00	40.00	12.50
Coefficiente de rendimiento pergamino húmedo - oreado	0.86	0.86	0.86
Costo unitario en finca (US\$/Qq pergamino oreado)	24.45	24.96	12.88
Costo neto de procesamiento (US\$/Qq oreado)	5.95	5.95	5.95
Transporte finca - beneficio	0.57	0.57	0.57
Beneficio húmedo	1.00	1.00	1.00
Beneficio seco	3.25	3.25	3.25
Costos de manejo (carga y descarga, etc.)	1.13	1.13	1.13
Coefficiente de rendimiento pergamino oreado - oro	0.50	0.50	0.50
Costo unitario en beneficio (US\$/Qq pergamino oreado)	30.40	30.91	18.83
Costo unitario en beneficio equivalente US\$/Qq oro	60.81	61.82	37.65
2. Costos de Externación (US\$/qq oro)			
Sacos de exportación	0.70	0.70	0.70
Transporte a puerto	0.75	0.75	0.75
Catación y certificación	1.20	1.20	1.20
CETREX	0.15	0.15	0.15
Impuestos municipales	0.50	0.50	0.50
Impuesto sobre precio de café imperfecto*	0.25	0.25	0.25
Cobertura y seguro	0.50	0.50	0.50
Agencia aduanera	0.45	0.45	0.45
Gastos administrativos	2.30	2.30	2.30
Gastos financieros	1.00	1.00	1.00
Total costos de externación	7.80	7.80	7.80
Costo unitario en puerto (US\$/Qq oro)	68.61	69.62	45.45
3. Ajuste por calidad	5.00	5.00	5.00
4. Precio de Exportación	64.70	64.70	64.70

Fuente: Elaboración propia.

**Costos y Márgenes de Comercialización del Café Húmedo
Vendido por el Productor en Finca al Intermediario
Acopiador en Matagalpa**

Anexo No. XI

Conceptos		Tradic.	%
A.	PRODUCTOR		
1.	Costo agrícola US\$/Qq húmedo	11.07	
2.	Precio al productor US\$/Qq húmedo	18.72	
3.	Costo del productor equivalente US\$/Qq oro	25.75	40
4.	Precio al productor equivalente US\$/Qq oro	43.53	67
5.	Margen neto del productor US\$/Qq oro	17.78	27
B.	INTERMEDIARIO ACOPIADOR (equivalente US\$/Qq oro)		
1.	Transporte finca – beneficio	1.00	2
2.	Costos de manejo (carga, descarga...)	2.26	3
3.	Costos totales del intermediario acopiador	46.79	72
4.	Precio al acopiador	48.84	75
5.	Margen neto del acopiador	2.05	3
C.	EXPORTADOR (US\$/Qq oro)		
1.	Beneficiado (húmedo y seco)	8.00	12
2.	Costos de externación	7.80	12
a.	Sacos de exportación	0.70	1
b.	Transporte a puerto	0.75	1
c.	Catación y certificación	1.20	2
d.	CETREX	0.15	0
e.	Impuestos municipales	0.50	1
f.	Impuesto sobre precio de café imperfecto*	0.25	0
g.	Cobertura y seguro	0.50	1
h.	Agencia aduanera	0.45	1
i.	Gastos administrativos	2.30	4
j.	Gastos financieros	1.00	2
3.	Costos totales del exportador	64.64	100
4.	Precio de exportación	64.70	100
5.	Margen neto del exportador	0.06	0.1

Fuente: Elaboración propia con base en investigaciones de casos.

**Costos y Márgenes de Comercialización del Café Oreado
Vendido en Finca al Acopiador Mayorista en Matagalpa**

Anexo No. XII

Conceptos	Semitec.	%
A. PRODUCTOR		
1. Costo agrícola (US\$/Qq húmedo)	21.47	
2. Costo agrícola equivalente en Qq oreado	24.96	
3. Beneficio húmedo (US\$/Qq oreado)	1.00	
4. Costo total del productor (US\$/Qq oreado)	25.96	
5. Precio al productor (US\$/Qq oreado)	21.00	
6. Costo total equivalente en Qq oro	51.92	80
7. Precio al productor equivalente en Qq oro	42.00	65
8. Margen neto del productor US\$/Qq oro	-9.92	-15
B. INTERMEDIARIO ACOPIADOR US\$/Qq oro		
1. Transporte finca - beneficio	1.00	2
2. Costos de manejo (carga, descarga...)	2.26	3
3. Costos totales del intermediario acopiador	45.26	70
4. Precio al acopiador	48.00	74
5. Margen neto del acopiador	2.74	4
C. EXPORTADOR US\$/Qq oro		
1. Beneficio seco	6.00	9
2. Costos de externación	7.80	12
a. Sacos de exportación	0.70	1
b. Transporte a puerto	0.75	1
c. Catación y certificación	1.20	2
d. CETREX	0.15	0
e. Impuestos municipales	0.50	1
f. Impuesto sobre precio de café imperfecto*	0.25	0
g. Cobertura y seguro	0.50	1
h. Agencia aduanera	0.45	1
i. Gastos administrativos	2.30	4
j. Gastos financieros	1.00	2
3. Costos totales del exportador	61.80	96
4. Precio de exportación	64.70	100
5. Margen neto del exportador	2.90	4

Fuente: Elaboración propia con base en investigaciones de casos.

**Costos y Márgenes de Comercialización del
Café Oro Vendido al Exportador en Matagalpa**

Anexo No. XIII

Conceptos		Tecnif.	%
A.	PRODUCTOR		
1.	Costo agrícola (US\$/Qq húmedo)	21.03	
2.	Costo agrícola equivalente en Qq oreado	24.45	
3.	Transporte finca - beneficio (US\$/Qq oreado)	0.50	
4.	Beneficio total (US\$/Qq oreado)	4.00	
5.	Costos de manejo (carga, descarga...)	1.13	
6.	Costo total del productor (US\$/Qq oreado)	30.08	
7.	Costo total equivalente en Qq oro	60.17	93
8.	Precio al productor US\$/Qq oro	54.00	83
9.	Margen neto del productor US\$/Qq oro	-6.17	-10
B.	EXPORTADOR US\$/Qq oro		
1.	Gastos de exportación	7.80	12
a.	Sacos de exportación	0.70	1
b.	Transporte a puerto	0.75	1
c.	Catación y certificación	1.20	2
d.	CETREX	0.15	0
e.	Impuestos municipales	0.50	1
f.	Impuesto sobre precio de café imperfecto*	0.25	0
g.	Cobertura y seguro	0.50	1
h.	Agencia aduanera	0.45	1
i.	Gastos administrativos	2.30	4
j.	Gastos financieros	1.00	2
2.	Costos totales del exportador	61.80	96
3.	Precio de exportación	64.70	100
4.	Margen neto del exportador	2.90	4

Fuente: Elaboración propia con base en investigaciones de casos.

Países de Origen del Café Sustentable (Orgánico de Comercio Justo y de Sombra)

Anexo No. XIV

Países	Orgánico	Comercio Justo	Sombra
México	38.4	27.2	27.8
Centroamérica	58.0	53.0	59.4
Costa Rica	31.4	30.4	32.0
El Salvador	8.1	8.3	8.7
Guatemala	41.1	33.7	39.6
Nicaragua	14.4	13.9	16.4
Otros países de CA	3.3	3.7	5.7
América del Sur	49.5	45.1	37.4
Brasil	10.8	14.1	8.0
Colombia	22.2	27.2	20.7
Perú	29.3	17.4	16.4
Otros países de la región	4.1	4.3	3.3
Asia	25.4	15.8	15.9
Indonesia	24.0	15.4	14.7
Otros países de Asia	1.9	0.7	1.6
África	7.4	11.7	7.4
Otros países	6.2	5.7	4.5
No se sabe / Sin respuesta	8.5	16.3	12.5

Fuente: Summit Foundation 2001.

Anexo No. XV

Calidades de Café

1.- Segovia (SHB: Strictly Hard Bean)

Estrictamente de altura, Lavado Matagalpa/Jinotega, color verde azul, "ranura" bien cerrada y "curvatura" bien pronunciada en uno de sus extremos, tostado grano completo "rugoso", con carácter color oscuro, casi negro, tueste generalmente uniforme. De aroma agradable, fragante, dulzón, penetrante y limpio, es el más pronunciado en cuerpo y acidez y con fineza. La acidez es más persistente y agradable. En los cafés de la zona del norte, el tamaño del grano es el mayor en variedades tradicionales. Tamaño "AA" extragrande, arriba de la zaranda 7.0 m.m., tamiz # 18/20.

2.- Caribe (FHB: Francy Hard Bean)

Lavado Matagalpa/Jinotega. Duro de fantasía, color verde azul, la "ranura" comienza a verse cerrada y con cierta curvatura en uno de sus extremos. Tostado con apariencia compacta, aunque no tanto como un **ESTRICTAMENTE DURO**; buen carácter, pero aún con partes lisas en el grano; de color un poco más oscuro que el **PRIMA**; aromático, limpio, dulzón y agradable, fragante y pronunciado, fuertes en cuerpo y aci-

dez, sin dejar de ser finos; acidez persistente, pero mucho más intensa que en los tipos Prima y Bueno Lavado, grano mediano tamaño "A", el cual puede ser más grande según la zona, zaranda 6.5-6.75 mm. , tamiz # 16/17.

3. - Estrictamente de Altura (SHG: Strictly High Grown)

Lavado Matagalpa/Jinotega, café de la región norte del país, de buen color, verde claro, parejo, grano duro, secado en Guardiola y/o patios, sin granos sobrecalentados con humedad de 11.50 por ciento aceptable, 12 por ciento preferible. Taza de buen sabor, con cuerpo, acidez balanceada, limpia de daños. Tamaño "B", mediano zaranda 6.0-6.5 m.m. , tamiz # 15/16. Buen escogido, con 5 a 7 por ciento de caracol.

4. - Estrictamente de Altura (SHG-T: Strictly High Grown - Tercera)

Lavado Matagalpa/Jinotega, de la zona norte del país, altura variable, color y secado disparejo, mal escogido, con 4 por ciento de granos sobrecalentados, humedad de 11.50 por ciento aceptable, 12 por ciento preferible. De buen sabor con algo de cuerpo, limpio sin ningún daño. Tamaño "C" 5-12 mm. , tamiz # 14, con 20 por ciento de granos triángulos, con 3 por ciento de defectos (quebrados, conchas, mordidos o manchados) y 11 por ciento de caracol.

5. - Maragogype

Lavado Matagalpa/Jinotega, café de la zona norte del país, altura variable, de buen color, dulce con fragancia, color verde claro uniforme, ranura bastante recta, buena consistencia, con premio en la calidad, secado uniforme en patios por medio de rayos ultravioletas del sol, preferiblemente secado 100 por ciento en el patio. Sabor ácido, sin ningún daño, con buen

cuerpo. Humedad 11.50 por ciento aceptable, 12 por ciento preferible. Tamaño uniforme sin arábigo, tamaño 11.69 m.m. De ancho, zaranda # 19/20, escogido manual (sin defectos)

6.- Prima

Lavado Nicaragua/Central Standard, color verde, de ranura bastante abierta y recta. En tostado, grano liso, un poco más oscuro y parejo que el bueno lavado, principios de "carácter", rápido en el punto de tueste. Aroma limpio y principia la fragancia. Cuerpo y acidez aún suaves, medianos y ligeros "delgados" para algunos y perceptibles con cierta facilidad. Tamaño "AA" extragrande y "A" grande, tamiz 17/18.

7.- Bueno Lavado (GW: Good Washed)

Lavado Nicaragua/Standard, color verde claro un poco pálido, ranura bastante recta y abierta. Tostado se presenta liso, claro, disperejo, sin carácter, rápido en el punto de tueste. Aroma tenue "apagado", limpio, cuerpo y acidez, muy suaves (taza suave y desabrido) Tamaño "B" mediano, zaranda tamiz 14/15.

Del resultado de la cosecha siempre hay cafés de segunda e imperfectos o brozas. Los cafés de segunda también pueden tener un mercado de exportación, por lo que los técnicos de la UNICAFE, recomiendan procesarlos para reclasificarlos y poder obtener una calidad estándar, la cual se puede vender bajo muestra de lotes, por esta razón se les conoce como Stock-Lots pues se venden bajo muestra y no se cotizan con la bolsa sino en el mercado de físicos. Lo mismo podríamos decir de las brozas o imperfectos, los cuales se comercializan con éxito en el mercado local, para el consumo interno.

Cuestión	Implicación
<p>El café fue excluido del libre comercio en el Acuerdo del Mercado Común Centroamericano firmado en 1960.</p>	<p>Los mercados nacionales para el café son pequeños, y las compañías cafetaleras no tienen la posibilidad de beneficiarse del más grande mercado centroamericano concebido en el acuerdo de unión aduanera. EL comercio cafetalero interregional se trata como si fuera importaciones de terceros países, restringiendo así el comercio del café e inversión en la región. Esto limita también respuestas regionales coordinadas a la crisis del café.</p>
<p>Las naciones cobran impuestos de exportación y cobros por los institutos y fondos cafetaleros. Las ganancias de la tasa de cambio se pagna a tarifas oficiales.</p>	<p>Los impuestos y derechos y el castigo por la tasa de cambio reducen la competitividad precio del café. Estos impuestos y derechos alcanzaron la suma de 25 millones de dólares para toda la región. Reanudar estas cargas introduce costos de transacción adicionales para regular su cumplimiento, reduciendo la competitividad costo del café. En lugar de la práctica actual de discriminación, los beneficios ambientales de la cultivación de café (secuestro de carbón, regulación del flujo de agua, retardación de erosión) justificarían apoyos.</p>
<p>Requisitos de registros y afianzamiento para los exportadores. Requisito de presentar un contrato de exportación a las instituciones gubernamentales antes del envío. También se requiere certificados de exportación, además de un permiso de exportación del Banco Central para cada envío.</p>	<p>Se colocan barreras a la entrada y los costos de transacción son considerables. Estos se disminuyen algo a través de oficinas de ventanilla única de exportación en las que se realizan todos los trámites, pero sin embargo son significativos. Esto tiende a concentrar el mercado y fortalecer la posición de negociación del comerciante y los exportadores, quienes ya participan en exportación y comercio, restringiendo aún más la participación que el productor recibe por el valor de su producto.</p>
<p>Las cuotas nacionales de exportación fueron frecuentes según los acuerdos anteriores del OIC. La OIC actual no incluye estas cuotas.</p>	<p>No obstante, aquellas cuotas dejaron un legado, que incluye leyes de café, y organizaciones cuasi-públicas, que administraron las cuotas, entre otras responsabilidades. Estas organizaciones se concentraban en cobrar derechos e impuestos y vigilar por el cumplimiento de regulaciones incomedas, y no ponían suficiente atención a la promoción comercial, facilitación del comercio y mejoramiento de la calidad.</p>
<p>Todos estos controles, en gran parte sin un propósito constructivo, existen en una industria que consiste en su mayoría de finqueros pobres, quienes no pueden sobrellevar las crisis de precios o climáticas, y quienes aún deben realizar mejoras de calidad.</p>	<p>Las agencias y consejos cafetaleros no deben interferir en la regulación del comercio. La recaudación de impuestos y derechos debería ocurrir antes de que se realice la exportación con un mínimo de distorsión del mercado (particularmente se podrá separar el requisito de su financiamiento del requisito regulador de exportación y del costo oneroso del trámite).</p>

Abreviaturas

- BAGSA :Bolsa Agropecuaria S.A.
BCN :Banco Central de Nicaragua.
BID :Banco Interamericano de Desarrollo.
CENAGRO:Centro Nacional Agropecuario.
CEPAL :Comisión Económica para América Latina.
CETREX :Centro de Trámites de las Exportaciones.
CIC :Convenio Internacional del Café.
CNPE :Comisión Nacional de Promoción de Exportación.
CONCAFE:Consejo Nacional del Café.
CONICAFE:Comisión Nicaragüense del Café.
DAI :Derecho Arancelario de Importación.
DGPSA :Dirección General de Protección y Sanidad Agropecuaria.
FOCAFE :Fondo de Fomento y Desarrollo Cafetalero.
IGV :Impuesto General de Ventas.
IICA :Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
INTA :Instituto Nicaragüense de Tecnología.
MAGFOR :Ministerio Agropecuario y Forestal.
MHCP :Ministerio de Hacienda y Crédito Público.
MIFIC :Ministerio de Fomento, Industria y Comercio.
MTI :Ministerio de Transporte e Infraestructura.
NITLAPAN:Instituto de Investigación y Desarrollo.
PIB :Producto Interno Bruto.
UNICAFE :Unión Nicaragüense de Cafetaleros.
USDA :Departamento de Agricultura de los EU de América
(siglas en Inglés).

