

“Análisis de la cadena de valor de frijol rojo y negro en Nicaragua con enfoque de Seguridad Alimentaria y Nutricional”



Managua, Nicaragua, febrero de 2012





“Análisis de la cadena de valor de frijol rojo y negro en Nicaragua con enfoque de Seguridad Alimentaria y Nutricional”

La realización del estudio “Análisis de la Cadena de Valor de frijol rojo y negro en Nicaragua con enfoque de Seguridad Alimentaria y Nutricional” es una iniciativa de la Unidad de Apoyo a la Seguridad Alimentaria y Nutricional (UASAN) de la FAO, facilitado técnicamente por un equipo consultor de NITLAPAN-UCA con el Financiamiento de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).

Coordinación General

- Enrique Urbina, Director FAO-UASAN

Facilitación Técnica y Metodológica

- Miguel Alemán Robleto.
- Silvia Martínez Arróliga.
- Keyling Jarquín Gutiérrez.

Diseño y Diagramación

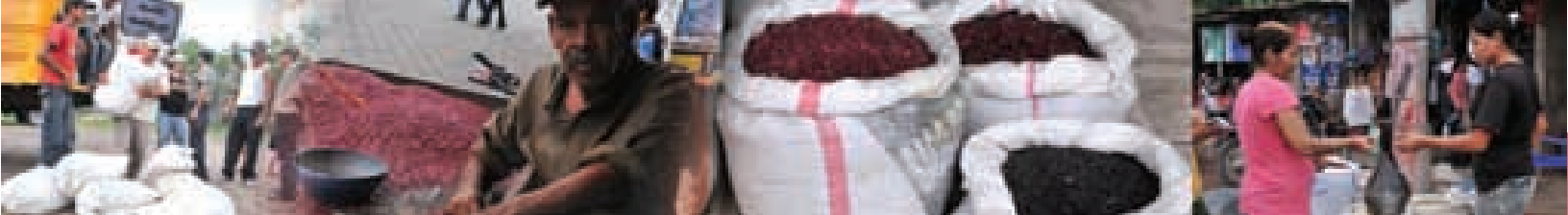
- Efrén Reyes. Unidad de Comunicación FAO, Nicaragua.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO)

Nicaragua

Todos los derechos reservados.

Se autoriza la reproducción y difusión del material contenido en este producto para fines educativos u otros fines no comerciales sin previa autorización escrita de los titulares de los Derechos de Autor, siempre que especifique claramente la fuente: Se prohíbe la reproducción del material contenido en este producto informativo para venta u otros fines comerciales sin previa autorización escrita de los titulares de los Derechos de Autor. Las peticiones para obtener tal autorización deberán dirigirse a FAO Representación, ubicada en el Km 8 ½. carretera a Masaya, costado Oeste de las oficinas del MAGFOR, Managua, Nicaragua, C. A, correo electrónico FAO-NI@fao.org



El presente estudio ha sido elaborado a solicitud de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, FAO, a través de la Unidad de Apoyo a la Seguridad Alimentaria y Nutricional (UASAN), facilitado técnicamente por un equipo consultor de NITLAPAN-UCA. La información, denominaciones y puntos de vista que aquí aparecen son de la exclusiva responsabilidad de sus autores y en ningún caso reflejan la opinión de la FAO.

Agradecimientos

Este estudio recoge las inquietudes y puntos de vista de productores y productoras, socios y socias de cooperativas pequeñas y medianas, así como de instituciones del sector agropecuario y forestal dedicadas a la producción de frijol rojo y negro de todo el país.

La información contenida en este informe es el resultado de un amplio análisis, valoración y discusión de los diferentes Enfoques y Estrategias adoptados para desarrollar la Cadena de valor de frijol rojo y negro en Nicaragua, con enfoque de Seguridad Alimentaria y Nutricional.

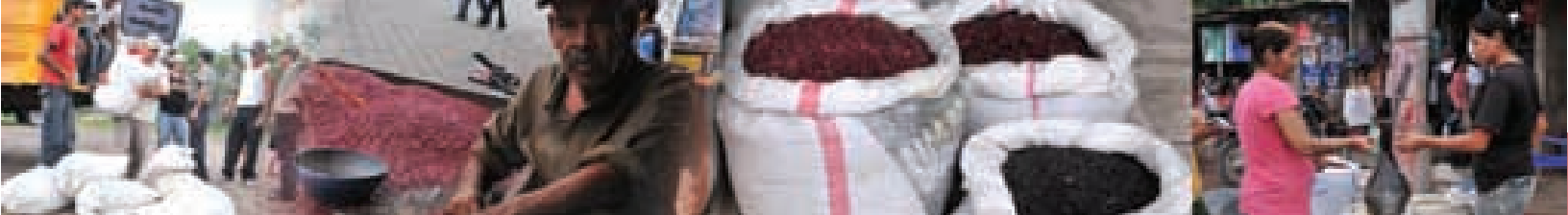
El estudio y su publicación se realiza en el marco del proyecto Unidad de Apoyo a la Seguridad Alimentaria Nutricional (UASAN) con el financiamiento de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).

En su elaboración fue importante el aporte de los distintos jefes de la delegaciones territoriales de Instituciones Gubernamentales, privadas, miembros de gabinetes municipales, técnicos de proyectos de FAO, productores y productoras de los diferentes territorios del país.



CONTENIDO

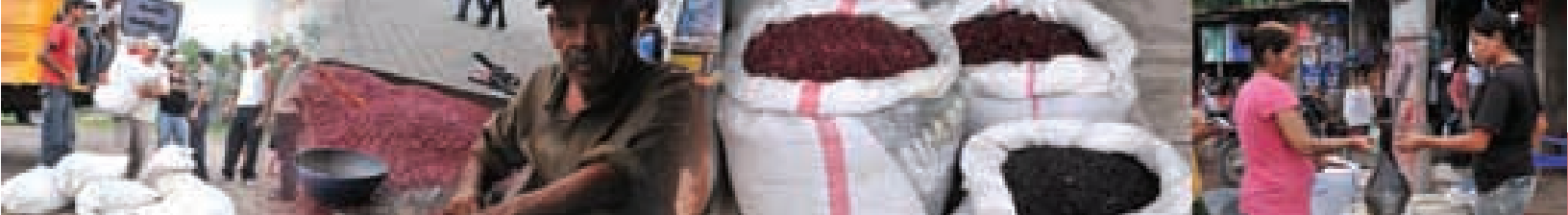
SIGLAS Y ABREVIATURAS	7
INTRODUCCIÓN	9
RESUMEN EJECUTIVO	10
I - Marco conceptual	14
II- Metodología	18
2.1. Mapeo o bosquejo grueso de “las cadenas”	18
2.2. Análisis de las sub-cadenas seleccionadas.....	19
2.2.1. Entrevista semi-estructurada a cooperativas, comerciantes locales, comerciantes departamentales y productores.....	19
2.2.2 Grupos focales con productores organizados y no organizados.....	20
2.2.3 Ejercicio de Rango de Bienestar.....	20
2.2.4 El valor agregado en la cadena.....	20
III- La Producción nacional de frijol.....	24
3.1. La dinámica histórica y reciente de la producción de frijol en Nicaragua	24
3.2. Las características de los productores	29
3.3. Los sistemas de cultivo y tecnología	31
3.4. Auge y dudas en el comercio internacional	32
3.5. Precios	37



IV- Las “sub-cadenas” en la comercialización de frijol rojo y negro.	40
4.1. “Sub-cadenas productivas” y “sub-cadenas de valor” en la comercialización de Frijol.	40
4.2. La sub-cadena de valor del frijol negro.	42
4.2.1. Eslabón de insumos y servicios	43
4.2.2. Eslabón de producción	44
4.2.3. Eslabones de acopio, procesamiento, y comercialización.	46
4.3. La sub-cadena de valor del frijol rojo.....	48
4.3.1. Eslabón de insumos y servicios	50
4.3.2. Eslabón de la producción	51
4.4. La Sub-cadena productiva del frijol rojo..	55
4.4.1. Eslabón de insumos y servicios	56
4.4.2. Eslabón de la producción	56
4.4.3. Eslabones de acopio, transformación y comercialización	57
4.5. Comparando las diferentes cadenas.....	58
V- Ubicación de los pobres en las sub-cadenas de frijol	64
VI- El frijol en la seguridad alimentaria y nutricional de las familias rurales pobres.....	70
VII- El valor agregado en la cadena.	72
VIII- Conclusiones.	78
Bibliografía	82
ANEXOS	83
ANEXO 1: Marco Regulatorio del Frijol en Nicaragua.....	84



Norma técnica obligatoria NTON 11001-00	84
Norma Técnica Obligatoria NTON 11 002 - 01	84
Norma técnica de Frijol NTN 16 001-00	85
Norma técnica para el frijol en grano N° 16-002-00	85
ANEXO 2: ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA	
A EMPRESAS CLAVES (CADENA DE VALOR FRIJOL ROJO Y NEGRO).....	87
Anexo 3: Guía Básica para entrevista a	
Cooperativas/ Asociación de productores.....	90
ANEXO 4: ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA	
A EMPRESAS CLAVES (CADENA DE VALOR FRIJOL ROJO Y NEGRO).....	93

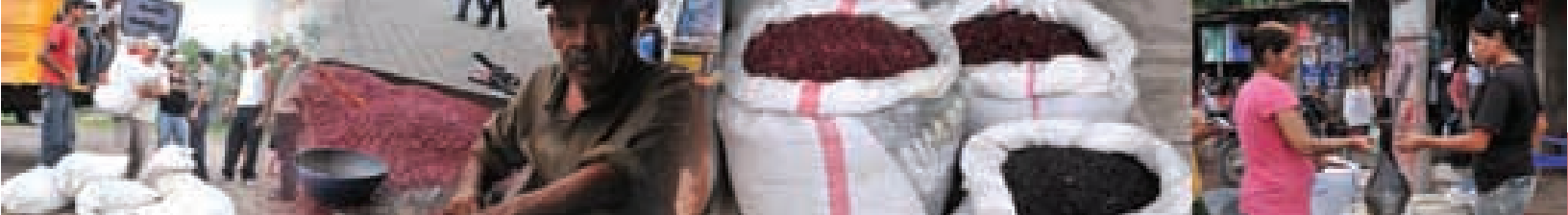


SIGLAS Y ABREVIATURAS

10 de Mayo	: Cooperativa de Servicios Múltiples 10 de Mayo
ACORDAR	: Alliance to Create Rural Development Opportunities through Agroenterprise Relationships.
ADDAC	: Asociación para la diversificación y el Desarrollo Agrícola Comunal
AID	: Agency for International Development
ALBALINISA	: Empresa ALBA Alimentos de Nicaragua
APROSEN	: Asociación de Productores de Semilla del Norte
APROSIF	: Asociación de Promotores sin Fronteras
ASOPROL	: Asociación de Productores de Santa Lucía
CARUNA	: Caja Rural Nacional
CECOOPSEMEIN	: Central de Cooperativas de Servicios Múltiples en el Norte
CENAGRO	: Censo Nacional Agropecuario
COMCOGRANO	: Inversiones C & M S.A., Ernesto Chamorro Industrial
COOFAM	: Cooperativa Multiactiva COOFAM
COOPRONORTE	: Cooperativa de productores del norte
COOSEMES	: Cooperativa de Servicios Múltiples Esquipulas
COOSEMEVENIC	: Cooperativa de servicios múltiples eco-vegetales de Nicaragua R.L.
COOSEMSAN	: Cooperativa de Servicios Múltiples San Nicolás
COOSEMTRI	: Cooperativa de Servicios Múltiples La trinidad
COOSMPROJIN	: cooperativa de Servicios Múltiples de Productores de Jinotega



CRISSOL	: Cristianos, Socialista y Solidario
CRS	: Catholic Relief Services
DR-CAFTA	: Dominican Republic-Central America Free Trade Agreement.
ENABAS	: Empresa Nicaragüense de Alimentos Básicos
ESPERANZACOOP	: Cooperativa de Mujeres la Esperanza
FAO	: Food Agriculture Organization
FENIAGRO	: Federación de Cooperativas Agroindustriales de Nicaragua
Flor de Pancasán	: Cooperativa de Servicios Múltiples Flor de Pancasán
FUNICA	: Fundación para el desarrollo tecnológico, agropecuario y forestal de Nicaragua.
IDR	: Instituto de Desarrollo Rural
IICA	: Instituto interamericano de Cooperación a la Agricultura
INCOOP	: Instituto Nacional de Cooperativismo
INTA	: Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria
MAGFOR	: Ministerio Agropecuario y Forestal
NICARAOCCOOP	: Empresa Cooperativa de Servicios Agropecuarios Nicarao
ONG	: Organismo No Gubernamental
PConsumidor	: Precio al Consumidor
PESA	: Programa Especial de Seguridad Alimentaria
PMA	: Programa Mundial de Alimentos
RAMAC	: Rappaccioli Macgregor SA
SAN	: Seguridad Alimentaria y Nutricional
UCAG	: Unión Nacional de Asociación de Agricultores y Ganaderos de Nicaragua
VFA	: Vieja Frontera Agrícola



INTRODUCCIÓN

El estudio "Análisis de la Cadena de Valor de frijol rojo y negro en Nicaragua con enfoque de seguridad alimentaria y nutricional" es realizado a solicitud de la Unidad de Apoyo a la Seguridad Alimentaria y Nutricional (UASAN) de la FAO, siendo el objetivo principal del mismo identificar cuál es la combinación de enfoques estratégicos de la asistencia técnica y actividades más eficaces en la promoción del crecimiento y desarrollo sostenido de la cadena del frijol, basada en el mercado, en una forma que incremente los ingresos y la SAN entre los pobres y los pequeños productores el medio rural.

Para realizar el análisis se utilizaron datos de tipo cuantitativo y cualitativo. Los resultados del estudio responden a un proceso de investigación documental para poder entender el contexto macro en el que se desarrolla la actividad de producción y comercialización del frijol; así como un proceso de consulta con actores claves de los diferentes eslabones de la cadena de frijol, tanto a nivel institucional como local.

Para realizar el análisis se tomaron en cuenta elementos como volúmenes, variedades, precios, generación y distribución de valor agregado, entre otros para entender las características y el dinamismo de las diferentes sub-cadenas y además se consideró como uno de los ejes centrales del análisis de las sub-cadenas las relaciones establecidas entre los actores, teniendo en consideración también el rol y las actividades realizadas por cada uno, los arreglos y/o condiciones a través de las cuales se dan las negociaciones; así como las barreras de entrada/acceso a las mismas.



RESUMEN EJECUTIVO

Liberalización comercial y expansión de la producción frijolera

A partir del año 1994 se observa un crecimiento sostenido de la producción de frijol en Nicaragua, todo ello como parte del proceso de recolonización de la frontera agrícola una vez finalizado el conflicto armado en el año de 1990. Sin embargo, a partir del 2003 se puede observar un estancamiento en la superficie cosechada y en la producción. Ello como consecuencia de dos factores principalmente: El agotamiento de la frontera agrícola y los posibles efectos negativos del cambio global del clima.

Los rendimientos en la producción de frijol en Nicaragua han sufrido pocos cambios en los últimos 20 años. Por lo tanto, sino hay una mejora de la producción que incremente los rendimientos será muy difícil, sino imposible continuar con el ritmo de crecimiento de la producción. Este problema estructural (agotamiento de la frontera agrícola) ha coincidido con la crisis financiera interna que ha reducido el financiamiento rural como consecuencia en parte de las restricciones financieras derivadas de la crisis mundial que hace más difícil el fondeo para las instituciones de microcrédito y por los efectos negativos del movimiento de No Pago. Para las instituciones de microfinanzas los productores de granos son ahora catalogados como clientes de alto riesgo y no prioritarios para sus carteras de crédito. Esta realidad hace muy difícil pensar que habrá un cambio en el corto plazo.

Los datos del CENAGRO en el 2001 muestran que las fincas con más tierra juegan un papel clave en la producción de alimento. El problema de estas dinámicas es que por los procesos de concentración de tierra, la producción de frijol para las familias con poca tierra y nada de tierra depende del acceso que puedan tener por medio del alquiler o la mediería. La producción bajo este tipo de sistemas (en tierra no propia con poca seguridad de acceso) genera pocos incentivos para mejorar la producción, puesto que la mayoría de contratos son de corto plazo. Un sistema de arriendo más seguro y de mediano plazo puede crear mejores incentivos para el que recibe la tierra en arriendo tenga más interés en mejorar la producción (Por ejemplo, incorporando prácticas para mantener la fertilidad de los suelos).





El mercado centroamericano: un potencial para el desarrollo del sector.

Centroamérica es el principal destino de las exportaciones de Nicaragua y es una región crecientemente deficitaria de frijol. No obstante en los últimos dos años se observa una política que pone barreras a las exportaciones fundamentada en garantizar la seguridad alimentaria a nivel nacional. El corte¹ (relativo) de las exportaciones significa que Nicaragua vuelve la espalda a la demanda del mercado regional y con ello la pérdida de una oportunidad para desarrollar la producción de frijol a nivel interno. El problema es que el vacío que deja Nicaragua en el comercio regional es rápidamente ocupado por otros países fuera de la región y con ello Nicaragua puede estar perdiendo la oportunidad en este mercado donde los precios son muy atractivos y pueden suponer un importante incentivo para mejorar la producción.



Un aspecto muy positivo en el sector externo es el incremento de las exportaciones de frijol negro, los esfuerzos en organizar esta cadena de valor son un ejemplo claro de lo que puede también hacerse en la producción de frijol rojo: financiamiento, servicios de asistencia técnica, semilla y organización.

Las cadenas de valor y las cadenas productivas

En este estudio identificamos sub-cadenas de valor y sub-cadenas productivas. La diferencia fundamental entre una y otra es que en la sub-cadena productiva se evidencia la ausencia de un actor que gobierne, coordine y/o apoye a los demás miembros de la cadena, siendo las relaciones entre los actores que participan circunstanciales.

Conforme a esta visión, en el sector frijolero existen en realidad pocas cadenas de valor propiamente dicha, puesto que la producción de frijol fluye por cadenas productivas mayoritariamente (80% de la producción). Es decir, a nivel nacional hay poca integración de actores participando en cadenas de valor, dado que el mercado de oferta de frijol es amplio y en general los actores de eslabones intermedios, no tienen dificultad para abastecerse en época de cosecha. Dado el peso que tienen las sub-cadenas productivas se decidió ampliar el estudio al análisis de esta sub-cadena, aunque en el objetivo del estudio se enfocaba en la cadena de valor.

¹ Las exportaciones se han caído en el último año. LAFISE por ejemplo tiene dos años de no exportar por las restricciones a las exportaciones.



Comparadas con la sub-cadena productiva en las cadenas de valor se puede observar una importante organización de servicios que pueden crear incentivos para mejorar rápidamente la producción. No obstante, estas cadenas de valor se han desarrollado muy poco y las iniciativas que existen todavía funcionan sobre la base de subvenciones de actores externos a las sub-cadenas de valor. Se estima que alrededor de un 20% de la producción de frijol fluye por estas cadenas, ello gracias al impacto de ENABAS en los últimos años.

Es muy importante señalar un cambio significativo en la política pública a partir del año 2009/2010: El rol de ENABAS como organizador de cadenas de valor. ENABAS ha intervenido con mayor fuerza en el acopio (medio millón de quintales, 50-60 mil familias según cifras oficiales) y en la distribución (4 mil puestos actualmente con meta a 5 mil en 2012). No obstante, no todo el acopio de ENABAS se realiza por medio de la organización de cadenas de valor, sino que también es un comprador en el mercado como otros actores en la sub-cadena productiva.



La tierra y la semilla de calidad para los más pobres

Para los productores que participan en las sub-cadenas de valor como en las sub-cadenas productivas, el tema de acceso a tierras y semilla resulta un factor fundamental. Para estas familias *“ser o no ser frijolero”* depende del acceso a tierras. En el caso de las familias que participan en sub-cadenas de valor, donde las exigencias son aún mayores, la calidad de la semilla es un bloqueo para mejorar su participación en dichas sub-cadenas, en el sentido de que al momento de vender les exigen cierta calidad (homogeneidad del grano, por ejemplo) que muchas veces la semilla que siembran no los cumple.

La distribución del valor agregado

Los datos muestran que en la sub-cadena de valor de frijol rojo de exportación, en el eslabón de procesamiento se genera una buena parte del valor agregado (37%) a pesar que el proceso implica actividades relativamente simples. Ello es posible por los nichos de mercado a los que está dirigido: Mercado salvadoreño o costarricense con más poder de ingreso y que pueden pagar precios más altos por el frijol, aunque también exigen una mayor calidad y presentación. En la sub-cadena nacional de valor y/o productiva dirigida a los supermercados de Nicaragua también se puede observar un fenómeno parecido. No obstante, las posibilidades de expandir este nicho de mercado en Nicaragua son muy limitadas debido a que éste nicho de mercado “los segmentos de más alto ingreso” representa un mercado pequeño.



Los datos también muestran que en el eslabón de producción los productores captan la mayor parte del valor agregado generado, ello muestra en parte que el mercado del frijol es altamente competitivo. Teóricamente, el modelo de las cooperativas que prestan los servicios de procesamiento y exportación resultan altamente ventajosos para los productores, puesto que redistribuyen el valor agregado generado en el eslabón de procesamiento. La pregunta es por qué este tipo de iniciativas no están más generalizadas.

Algunas ideas para el sector frijolero

Al agotamiento del modelo de crecimiento por la vía extensiva de incorporar más áreas a la producción de frijol abre una importante ventana de oportunidad para mejorar la producción de frijol. Nicaragua como país no tiene otra salida ya para aumentar producción que la de mejorar rendimientos y productividad. Nicaragua puede y debe aprovechar el mercado regional como un medio para fomentar más producción nacional y diversificar la producción de frijol con variedades que demande el mercado regional, similar a como se ha hecho con el frijol negro. Por tanto, es muy importante desarrollar una estrategia para el apoyo a las exportaciones.

ENABAS puede jugar un rol clave en este sentido, ampliando sus alianzas con las cooperativas y el sector campesino organizado. No obstante, ello requiere de dotar de más capacidad a ENABAS para jugar un rol más proactivo, aunque tiene que analizarse a la luz de las posibilidades fiscales del país.

Para incorporar a los pobres en una estrategia nacional de mejoramiento de producción de frijol, reducir pobreza y fortalecer seguridad alimentaria se requiere enfocarse en políticas que faciliten el acceso a tierras y semillas especialmente de las familias más pobres. El frijol en las familias pobres juega un rol clave no solo como fuente de subsistencia sino como fuente de ingresos. Para muchas familias pobres rurales el frijol representa el rubro más comercial y rentable, potenciar sus capacidades de producción supone una importante fuente para acumular activos que potencien su capacidad para salir de la pobreza. Para ello es muy importante facilitar procesos que les permita a los más pobres acceder de manera más segura y regular contratos de mediano o largo plazo. Las estrategias de regularización de propiedades pueden contribuir mucho a estos objetivos.

Es muy importante, por los eventos climáticos de los últimos cinco años, estrategias que apoyen la adaptación al cambio climático. Así como generar incentivos para que el financiamiento fluya de nuevo a este segmento que cada vez es más relegado en las estrategias financieras de las entidades financieras.





I - Marco conceptual



En el mercado diferentes actores interactúan en torno a un producto a través de diferentes redes de comercialización; estas redes pueden ser circunstanciales (mercado al contado o “spot market”), en donde el comprador busca un producto con determinadas características y si lo encuentra negocia en ese momento el precio con el vendedor (no hay una relación de confianza, ni acuerdos previos, etc.) o pueden ser redes estables basadas en “transacciones conexas” en donde hay coordinación entre actores a través de la creación de vínculos o nexos más fuertes y/o cooperativos, acuerdos en cuanto a las características del producto que se va a comercializar y los posibles términos de la transacción (precio, volúmenes, etc.). Este segundo tipo de relaciones es lo que distingue al mercado de una cadena de valor.

Una cadena de valor se puede definir como *“el rango completo de actividades necesarias para llevar un producto o servicio desde su concepción, a través de las fases de producción (), hacia la entrega a los consumidores y la eliminación de basuras ex post².”* (Kaplinsky y Morris, citado en Bastiansen, J. et al, 2011). Este producto desde el enfoque de cadena de valor, es un producto diferenciado (orgánico, semilla mejorada, etc.) que es diseñado desde el lado de la demanda, al cual se le agrega valor en la medida en que los diferentes actores a través de sus roles y/o actividades lo transforman parcial o totalmente. En cada una de las fases o eslabones se debe considerar y cumplir los estándares de calidad que exige el mercado y para ello se requiere de una mayor coordinación entre actores a través de la negociación o concertación desde el diseño del producto.

Esta coordinación para generar valor agregado al producto está estrechamente vinculada al tema de gobernanza³(actor o actores que ejercen gobierno, que imponen las reglas del juego, tratan de mejorar la competitividad en los otros actores, etc.). Es importante tener presente que entre más dinámica es la cadena, mayor generación de valor agregado y más exigencia en términos de estándares de calidad (reglas del juego) demanda quien ejerce el gobierno en la cadena, lo que hace que las barreras de entrada a dicha cadena sean mayores, excluyendo a un importante segmento de actores de los beneficios generados en las diferentes fases de la cadena de valor.

2 La eliminación de basuras ex post hace referencia al tratamiento que se hace de los residuos o desechos que se producen en el proceso de transformación del producto. Por ejemplo en el café el tratamiento que se hace a la pulpa y a las aguas mieles es parte de esa eliminación de basuras ex post; en la elaboración de queso y/o cuajada el destino del suero que se usa como alimento para cerdos es parte de ese proceso de eliminación de basuras ex post. En el caso del frijol, el grano que no clasifica para consumo humano en la cadena de exportación, se vende a las camaroneras y el frijol “picado” o “deformado” es utilizado por los productores para la alimentación de cerdos, aves y otras especies de patio.

3 Ejercer gobierno no es solo coordinar, tampoco captar la mayor renta. El gobierno de una cadena es aquella que identifica a las empresas y a los actores claves en y fuera de la cadena y toma responsabilidad de ayudarlos a escalar, para mejorar la competitividad de la cadena. (Mendoza, René. S/f).



En el caso del frijol, un importante sector de pobres rurales participa en su producción, dado que este rubro representa uno de los principales productos dentro de sus estrategias de seguridad alimentaria (sea vía ingresos a través de la comercialización o vía autoconsumo). En este punto el interés es entender las lógicas y las dinámicas de acceso a mercados y/o cadenas de estos productores como parte de las estrategias de vida de los hogares; analizar hasta qué punto los pobres que participan en determinadas cadenas se están beneficiando de ellas y bajo qué condiciones (barreras de entrada) y cómo la participación en dichas cadenas les permite o no la seguridad alimentaria y nutricional de sus familias.

Ahora bien, en lo que respecta al término pobreza, este es un concepto amplio y multidimensional que no solo debe entenderse como la carencia de recursos económicos o condiciones materiales⁴ que imposibilitan a las personas el poder satisfacer sus necesidades básicas (PNUD, 2000) o como Atkinson y Bourguignon proponen en la misma perspectiva que la pobreza está vinculada a la inequitativa distribución del ingreso que genera un obstáculo a los individuos para acceder a recursos o mejorar sus ingresos, generando esto brechas entre los niveles de vida de las personas frente a los estándares de la sociedad; sino que al abordar el tema de la pobreza, hay que considerar los elementos cualitativos vinculados a ésta.

Así en el enfoque de exclusión social se vincula el concepto de pobreza con el acceso de las personas y/o familias a diferentes tipos de capital (físico, económico, humano, social y político) para la generación de capitalización y/o acumulación. Así mismo, se hace referencia a las instituciones que intervienen dentro de la sociedad, considerando a estas instituciones como las normas y reglas que rigen las relaciones entre los individuos. En este sentido, Sen (1981) llevó a colación un nuevo concepto vinculado a la pobreza y es el de derechos (entitlements), argumentando que el derecho sobre los recursos es el que construye la brecha entre pobres y no pobres. Estas titularidades permiten analizar cómo las estructuras sociales le permiten a los individuos acceder a un bien. Así por ejemplo, para Dréze y Sen “los desamparados son el resultado de una brecha en el acceso a un hogar o tierra, no porque éstas no existan como bienes, luego no es su ‘falta de’ sino de los derechos sobre éstas” (Dréze y Sen, 1989, citado en Serrano, 2001).



4 Escuela Neoclásica.



Según el PNUD, la pobreza no es una situación determinada en forma exclusiva por la insuficiencia de ingreso, ni es un problema de exclusión, sino que es una inserción precaria en las dinámicas económica, social y política que impide que estos sectores se beneficien del valor que contribuyen a generar socialmente (2000). De tal forma que la pobreza está determinada por la disponibilidad y consumo de productos proporcionados por el Estado, o lo que algunos investigadores denominan el «salario social» (Baulch, 1996b; Moore y Putzel, 1999). Del cual no son participe al sentirse excluidos dentro de los grupos sociales que influyen y toman decisiones, por ser considerado un grupo vulnerable.



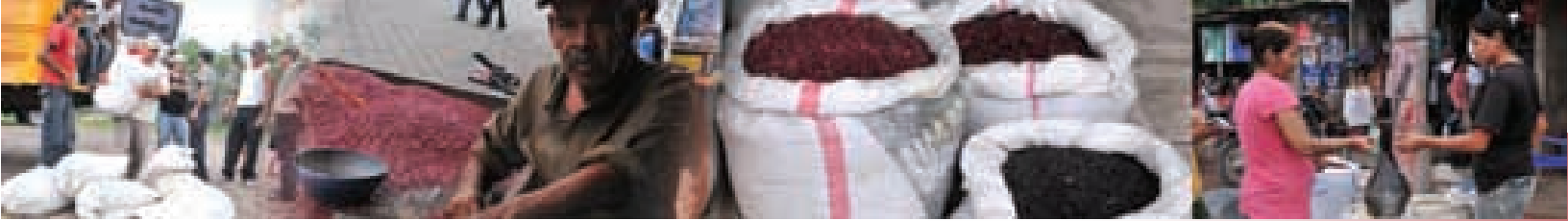
En este sentido la pobreza no se refiere a un concepto unidimensional enfrascado en la carencia de recursos económicos, la pobreza va más allá de un concepto donde engloba un marco económico, social, institucional y político que rigen la vida de las personas y muchas veces el contexto existente ha sido heredado de tal forma que la pobreza no es un tema coyuntural, sino más bien estructural que afecta de manera particular a aquellas familias que se han visto excluidas de los mercados productivos, así como de las redes sociales que les permiten potencializar sus capacidades. Por ello, la pobreza no solamente debe mirarse como un dilema económico cuantitativo (ingresos bajos, carencia o insuficiencia

de bienes materiales, entre otros) también se deben incluir en su estudio elementos de corte cualitativo, como el de acceso para poder tener y desarrollar capacidades y titularidades, como bien lo argumentan Sen y Dréze (Serrano, 2001).

Nos interesa resaltar un aspecto estrechamente vinculado al tema de la pobreza y es el de Seguridad Alimentaria y Nutricional (SAN) que existe según la definición acordada en la Cumbre Mundial sobre la Alimentación “cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimentarias y sus preferencias en cuanto a los alimentos, a fin de llevar una vida activa y sana” (1996).

El Programa Especial para la Seguridad Alimentaria (PESA) de Centroamérica pone de relieve cuatro elementos que contribuyen a lograr la SAN:

- I. Disponibilidad de alimentos a nivel local o nacional, tiene en cuenta la producción, las importaciones, el almacenamiento y la ayuda alimentaria. Para sus estimaciones se han de tener en cuenta las pérdidas post cosecha y las exportaciones.



- II. Estabilidad se refiere a solventar las condiciones de inseguridad alimentaria transitoria de carácter cíclico o estacional, a menudo asociadas a las campañas agrícolas, tanto por la falta de producción de alimentos en momentos determinados del año, como por el acceso a recursos de las poblaciones asalariadas dependientes de ciertos cultivos
- III. Acceso y control sobre los medios de producción (tierra, agua, insumos, tecnología, conocimiento) y a los alimentos disponibles en el mercado. La falta de acceso y control es frecuentemente la causa de la inseguridad alimentaria, y puede tener un origen físico (cantidad insuficiente de alimentos debido a varios factores, como son el aislamiento de la población, la falta de infraestructuras) o económico (ausencia de recursos financieros para comprarlos debido a los elevados precios o a los bajos ingresos).
- IV. Consumo y utilización biológica de los alimentos. El consumo se refiere a que las existencias alimentarias en los hogares respondan a las necesidades nutricionales, a la diversidad, a la cultura y las preferencias alimentarias. También hay que tener en cuenta aspectos como la inocuidad de los alimentos, la dignidad de la persona, las condiciones higiénicas de los hogares y la distribución con equidad dentro del hogar. La utilización biológica está relacionada con el estado nutricional, como resultado del uso individual de los alimentos (ingestión, absorción y utilización). La inadecuada utilización biológica puede tener como consecuencia la desnutrición y/o la malnutrición...” (PESA, s/f)

En el análisis de seguridad alimentaria no solo es importante la cantidad de alimentos que consume el individuo o el hogar, sino los mecanismos o estrategias a través de los cuales estos acceden a estos alimentos y es en esta parte en donde es pertinente el análisis de cadena de valor en la cadena de frijol para analizar la participación de los pobres rurales en dicha cadena como parte de las estrategias para asegurar la alimentación de sus familias u hogares. “Para el caso del derecho a la alimentación, el acceso económico significa mucho más que poder adquisitivo adecuado para comprar alimentos. Significa acceso a recursos para alimentarse: a tierra, a semillas y razas de animales, a agua , a capital básico y crédito, a destrezas, etc., que son necesarios para producir alimentos o para ganarse un ingreso con dignidad” (Windfurh, M. & Jonsén, J., 2005).



II- Metodología

Para entender lo que pasa en el contexto de la cadena de frijol, negro y rojo, se utilizó una metodología que combinó métodos cuantitativos y cualitativos. En la parte cuantitativa se utilizaron fuentes secundarias (datos del MAGFOR, CENAGRO, archivos proporcionados por actores claves, etc.) para hacer el análisis del contexto “macro” en el que se desarrollan las cadenas y en lo cualitativo además de realizar entrevistas semi-estructuradas a actores claves, el estudio se apoyó de una metodología participativa en donde se efectuaron grupos focales y ejercicios participativos en donde se tomaron en cuenta las visiones que tienen los actores directos en las sub-cadenas⁵ desde el ámbito local para entender la dimensión de pobreza, desde sus propias experiencias y saberes, las dinámicas de inserción de los pobres rurales en las cadena de frijol y el cómo esta inserción permite, como parte de sus estrategias de vida, garantizar alimentos en su mesa.

“Para ello se trabajó con la metodología M4P que a continuación se describen”

El estudio siguió dos grandes fases metodológicas que se describen a continuación:

2.1. Mapeo o bosquejo grueso de “las cadenas”.

En esta fase a través de fuentes secundarias, se actualizaron datos de la producción nacional de frijol, analizando las dinámicas históricas y recientes de la misma; así mismo se trabajó la caracterización de los productores que participan en la producción de frijol.

Simultáneo al proceso de caracterización de la producción nacional y de los productores, se realizó el esbozo del mapa de las sub-cadenas. La información necesaria para realizar este mapeo se obtuvo a través de entrevistas semi-estructuradas a actores claves que participan en los diferentes eslabones de la cadena; así mismo, se utilizaron fuentes secundarias para complementar la información recopilada con las fuentes primarias.

Esta información permitió entender:

⁵ En este estudio se hablará de cadena haciendo referencia al tejido de relaciones que se dan en torno a la comercialización de frijol (en general) y se hablará de sub-cadenas cuando se haga referencia a cada una de las redes particulares de la comercialización de frijol (por ej. cadena de frijol negro de exportación, cadena de frijol rojo nacional, etc.)



- Rutas que sigue el frijol según tipo (rojo o negro).
- Las actividades que se realizan en cada uno de los eslabones de las sub-cadenas.
- Los actores que están participando.
- Términos (reglas del juego) en base a los que participan los actores.
- El flujo del producto por sub-cadenas
- Generación de valor agregado en dos de las sub-cadenas, etc.

Con una mirada general de las sub-cadenas de frijol y teniendo en cuenta las limitaciones de tiempo del estudio (dos meses), Nitlapan y FAO seleccionaron dos sub-cadena(s) para realizar el análisis de la generación de valor de las mismas, teniendo en cuenta la accesibilidad de los actores para brindar información, zonas dinámicas en cuanto a la producción y comercialización del frijol, presencia de productores individuales y organizados, etc.

2.2. Análisis de las sub-cadenas seleccionadas.

En esta fase, el análisis se focalizó en una dimensión local tratando de entender, desde el punto de vista de los actores, cuáles son las dinámicas de las sub-cadenas de frijol que posibilitan o no la participación de las familias pobres rurales, qué tipo de negociaciones hay a lo interno entre los actores que participan de las sub-cadenas, cuáles son las reglas del juego para participar en ellas, quién ejerce gobierno y bajo qué condiciones, entre otros aspectos. Para recopilar esta información se trabajó con:

2.2.1. Entrevista semi-estructurada a cooperativas, comerciantes locales, comerciantes departamentales y productores.

En la identificación de las cooperativas a entrevistar para el mapeo de la cadena se tomaron en cuenta aquellas que tienen vínculos hacia atrás y hacia adelante en la cadena, a como es el caso de las cooperativas de segundo piso (NICARAOCOOP, Asociación de Productores de Santa Lucía “ASOPROL - y CECOOPSEMEIN); así mismo se seleccionaron algunas cooperativas vinculadas a éstas como la cooperativa de servicios múltiples Eco Vegetales de Nicaragua R.L. (COOSEMEVENIC R.L.) y otras cooperativas y asociaciones de las cuales conocimos a través de las entrevistas como la Cooperativa 27 de Junio, Paz y Reconciliación (COMPARE); Cooperativa Multi-sectorial San Pedro y COOSENUP aparecían en el estudio del “Análisis de la cadena de Valor de Alcance Nacional del Frijol Rojo y Negro”.

En promedio las cooperativas de segundo piso atienden a un promedio de 2000 productores a través de las cooperativas de base que las conforman. En este segmento las entrevistas fueron realizadas a personal administrativo (gerentes, presidente,



encargados de comercialización), puesto que por razones de tiempo y presupuestarias no se podía visitar las fincas de los beneficiarios de estas, por lo que con los productores se trabajó con grupos focales en la etapa de profundización de las cadenas.

Para profundizar en el análisis de las cadenas, se tomó en cuenta una cooperativa ubicada en una zona ubicada dentro del “top 20” de producción a como es Matiguás y la accesibilidad de la cooperativa para brindar información. La cooperativa seleccionada para este análisis fue la Cooperativa “8 de Marzo Flor de Pancasán” quienes trabajan con 150 socios de diferentes zonas de Matiguás.

Además La zona donde se localiza esta cooperativa es una zona con un buen dinamismo comercial, en el sentido de que hay diferentes actores compitiendo para acopiar el frijol (intermediarios locales que abastecen a exportadores individuales, intermediarios locales que abastecen al mercado de Matagalpa, transportistas que compran en época de cosecha) y está bien conectada al mercado de Matagalpa.

En cuanto a las entrevistas con intermediarios se seleccionaron aquellos que a nivel local eran mencionados como importantes en los procesos de acopio y comercialización en la comunidad (3) e intermediarios exportadores (2), que por razones de confidencialidad no mencionaremos sus nombres. Así mismo se realizaron entrevistas en supermercados de Managua y con actores empresariales como La FISE.



2.2.2 Grupos focales con productores organizados y no organizados.

Los grupos focales se realizaron para conocer la perspectiva de cada uno de estos grupos en cuanto a las ventajas y/o desventajas de participar en una u otra sub-cadena, las barreras de acceso, problemas que se presentaban a nivel de producción y comercialización, etc.

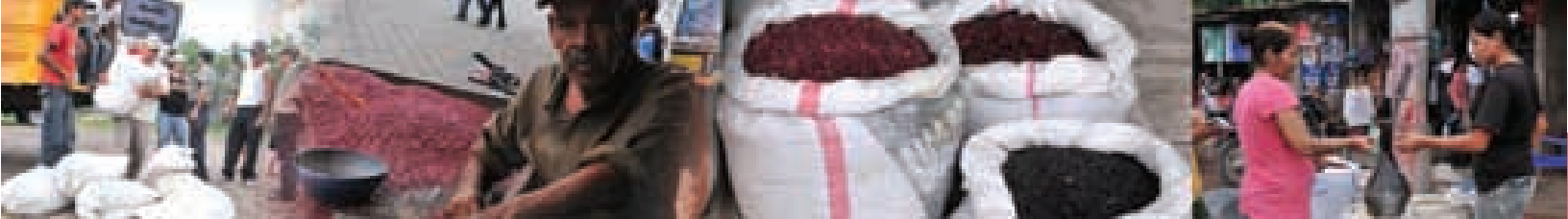
2.2.3 Ejercicio de Rango de Bienestar.

Estos ejercicios se realizaron con líderes locales con el objetivo de conocer la estructura social en la zona, las características de las familias rurales, incluidas

las familias pobres, las actividades económicas realizadas por estrato social y la participación de estos grupos en las sub-cadenas de frijol.

2.2.4 El valor agregado en la cadena

También, en esta parte del estudio se trabajó en el análisis de la generación de valor agregado en dos sub-cadenas, trabajando el análisis en las diferentes cuentas



(producción, procesamiento y comercialización), para conocer en cuál de los procesos es que se genera más valor y cómo es distribuido este entre los actores que participan en la cadena.

Con base a la metodología de análisis financiero de las cadenas Easypol, el valor agregado se mide de la siguiente manera:

$$VA = CT - CI$$

VA: Valor agregado

CT: costos totales

CI: costos intermedios

Donde los costos intermedios incluyen; costos variables de trabajo o empleo, los gastos de servicios financieros, capital de trabajo, impuestos durante el proceso de producción.

Luego es necesario conocer como se redistribuye ese valor agregado entre los actores y participantes del proceso productivo en cada eslabón, por lo que se mide el beneficio bruto generado. Cabe mencionar que existen dos tipos de trabajo, uno que consideramos trabajo fijo o remuneración personal y otro trabajo temporal. El primero tiene prestaciones sociales y el segundo se refiere al pago del trabajo diario. De este modo el beneficio bruto generado (**GP**) es:

$$GP = VA - (\text{sueldos y salarios} + \text{cobro de intereses} + \text{impuestos})$$

Por consiguiente, también se puede considerar al valor añadido como:

Salarios personales + cargo por intereses + impuestos + beneficio bruto.

Pero también hay que considerar la inversión hecha en capital fijo, el cual tiene una vida útil y se deprecia, que esto forma parte también del consumo en el proceso de producción. Entonces se tendrá:

Beneficio neto= beneficio bruto - depreciación

Para plasmar como sucede esto dentro del flujo económico, será necesario elaborar una cuenta producción la cual puede ser usada para calcular el valor añadido, en una tabla de doble partida que consta de entradas y salida. Donde la entrada son los costos intermedios utilizados durante el período del trabajo y la salida es el stock al final del período más la mercancía finalizada.

Por otro lado, la cuenta comercial muestra la distribución del valor creado entre los agentes productivos, es decir cuánto reciben cada uno de los que participan en el proceso. En esta se toma en cuenta si existen subsidios que beneficien al sector.



Acerca de la información

Para realizar el análisis de la generación de valor agregado, según metodología de trabajo acordada con la UASAN-FAO, se eligieron dos sub-cadenas. Ambas ubicadas en la parte norte del país, en Matiguás, uno de los principales productores de frijol. La primera es la sub-cadena de valor del frijol para el mercado de exportación con intermediación de la cooperativa y la segunda la sub-cadena de valor del frijol para el mercado de exportación con intermediación de exportadores individuales, formada por productores individuales de los municipios de Matagalpa que venden su producción a un intermediario que a su vez le vende a un exportador individual.

Los datos utilizados fueron recolectados en base a información proporcionada por las diferentes cooperativas y actores claves que participan en las sub-cadenas.

- En la sub-cadena donde participa la cooperativa, los costos de producción fueron brindados por la misma cooperativa.
- En el caso de la cadena con participación de exportadores individuales, los costos de producción fueron recolectados a través de entrevistas a familias con tierra propia que viven en comunidades de Matiguás que siembran en la época de postrera y/o apante.

Las tecnologías

Para el análisis del valor agregado se utilizaron dos tipos de tecnologías:

- La primera que hemos denominado “espeque + insumos” que es la tecnología más utilizada por los productores, ello principalmente por la falta de bueyes o por la siembra que es realizada principalmente en terrenos quebrados con alta pendiente, que permite un buen “escurrimiento” de aguas, puesto que el frijol no soporta mucha humedad.
- La segunda, con una tecnología basada en el arado de bueyes (menos usado). Este tipo de tecnología permite una mayor densidad de plantas por manzanas y un control más eficaz de las malezas. Por ello, esta tecnología tiene asociado un mayor rendimiento por manzana que la siembra al espeque.

Los cálculos se realizaron con base a la producción de 1 manzana de frijol tomando en cuenta rendimientos diferenciados.

- Espeque + insumos = 12 quintales por manzana.
- Espeque arado= 18 quintales por manzana.

La información de intermediación y procesamiento fue recolectada gracias a entrevistas a profundidad realizadas a los principales actores claves de la cadena.



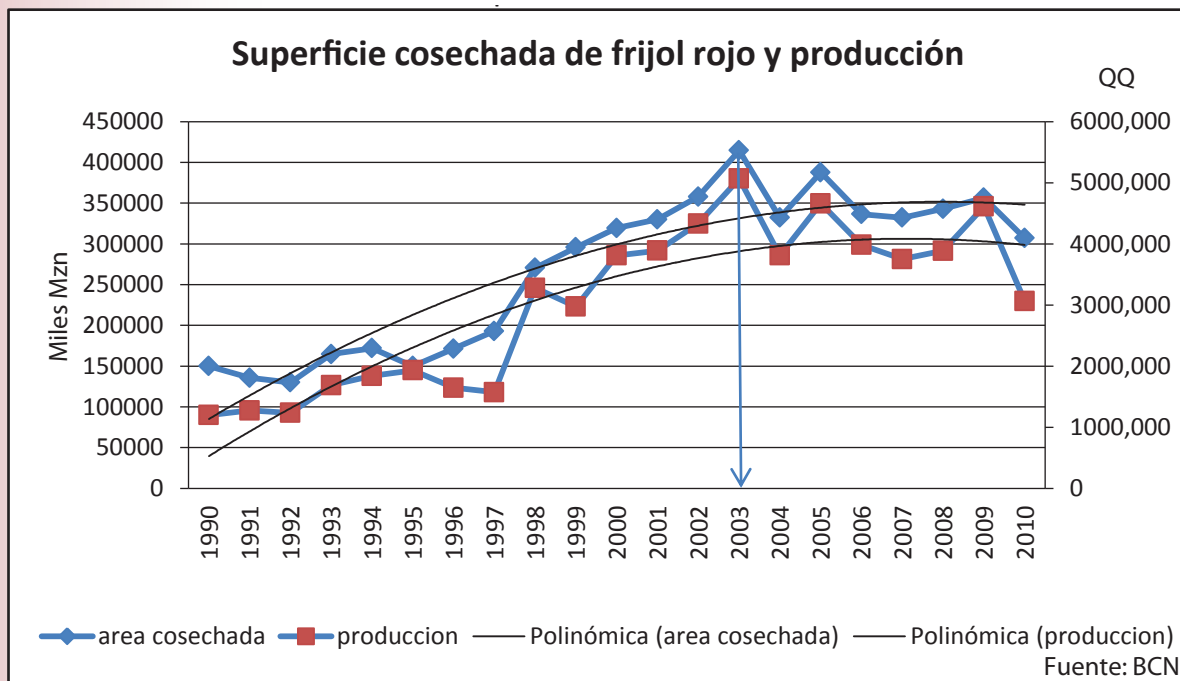


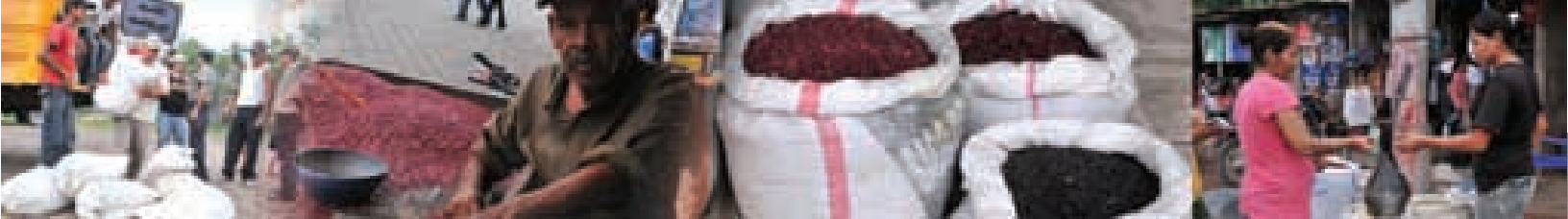
III- La Producción nacional de frijol

3.1. La dinámica histórica y reciente de la producción de frijol en Nicaragua

Las cifras sobre la superficie sembrada y la producción de frijol en Nicaragua nos señalan dos dinámicas, la primera, un período largo de expansión de la producción entre 1990-2003 y, la segunda, un aparente estancamiento de la producción nacional y de la superficie sembrada y cosechada en los últimos cinco años. Es obvio que el crecimiento de la producción desde inicios de los años noventa hasta mediados de la primera década del presente siglo está relacionado con el proceso de recolonización de la frontera agrícola una vez finalizado el conflicto armado. La re-colonización de la cordillera central montañosa, que es la zona que presenta mejores condiciones agroecológicas para la producción del grano, fue la base de esa expansión que se observa en las cifras. El año 2003, marca el punto culminante de este proceso con casi 5 millones de quintales producidos y 400 mil manzanas sembradas.

Gráfico 1: Evolución del área sembrada versus la producción





A partir del ciclo 2004/05, lo que se observa es un estancamiento de la producción de frijol y una leve reducción de la superficie sembrada y cosechada que en parte se explica por el agotamiento de la frontera agrícola y en parte por las afectaciones climáticas que ha sufrido el rubro de manera consecutiva en algunas zonas por tres años y hasta por cinco años. Es muy probable que estemos ante una nueva situación estructuralmente diferente, en la que ya no es posible incrementar más la producción de frijol sobre la base del aumento de la superficie, ello implica en términos de política agrícola la necesidad de una nueva estrategia para mejorar la producción de frijol, especialmente en aquellas áreas donde se concentra el grueso de la producción nacional.

Dónde se produce el frijol en Nicaragua

Los 10 municipios que aportan más a la producción nacional de frijol en Nicaragua aportan el 35% de la misma y se ubican principalmente en el eje de municipios *Jinotega-Matagalpa-San Ramón-Tuma-La Dalia-El Cuá-Bocay y Waslala* en el centro norte del país y *Nueva Guinea* al sur oriente. En el mapa 1 se puede apreciar claramente una zona muy compacta al norte de Nicaragua y una mancha relativamente más pequeña al sur, pero con un peso muy importante en la producción.

Si consideramos los treinta municipios con mayor producción de frijol, también se puede observar que éstos se concentran alrededor del primer núcleo norte que identificamos en los top-10. Entonces, una política de apoyo al sector frijolero podría concentrar sus esfuerzos en esta región que produce el 66% de la producción nacional de frijol.



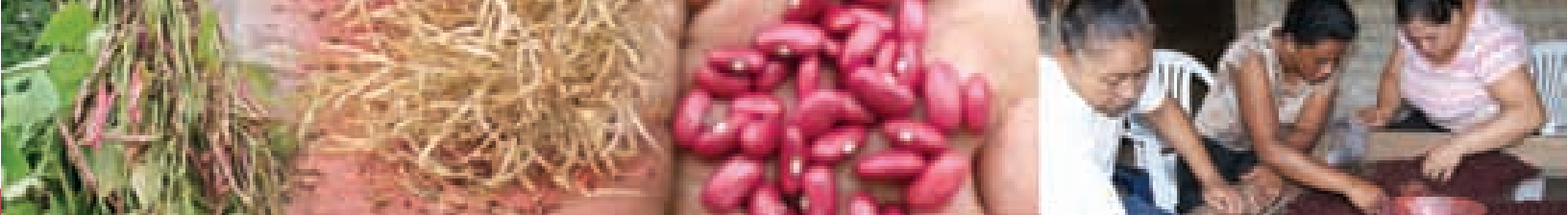
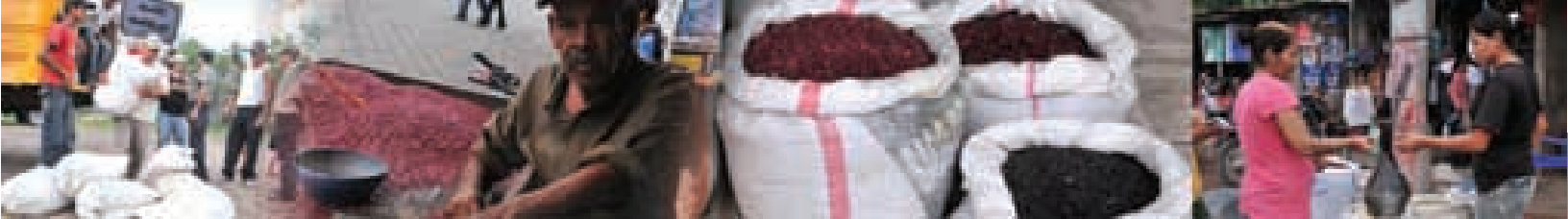


Tabla 1. Municipios que más produjeron entre los años 2006-2010

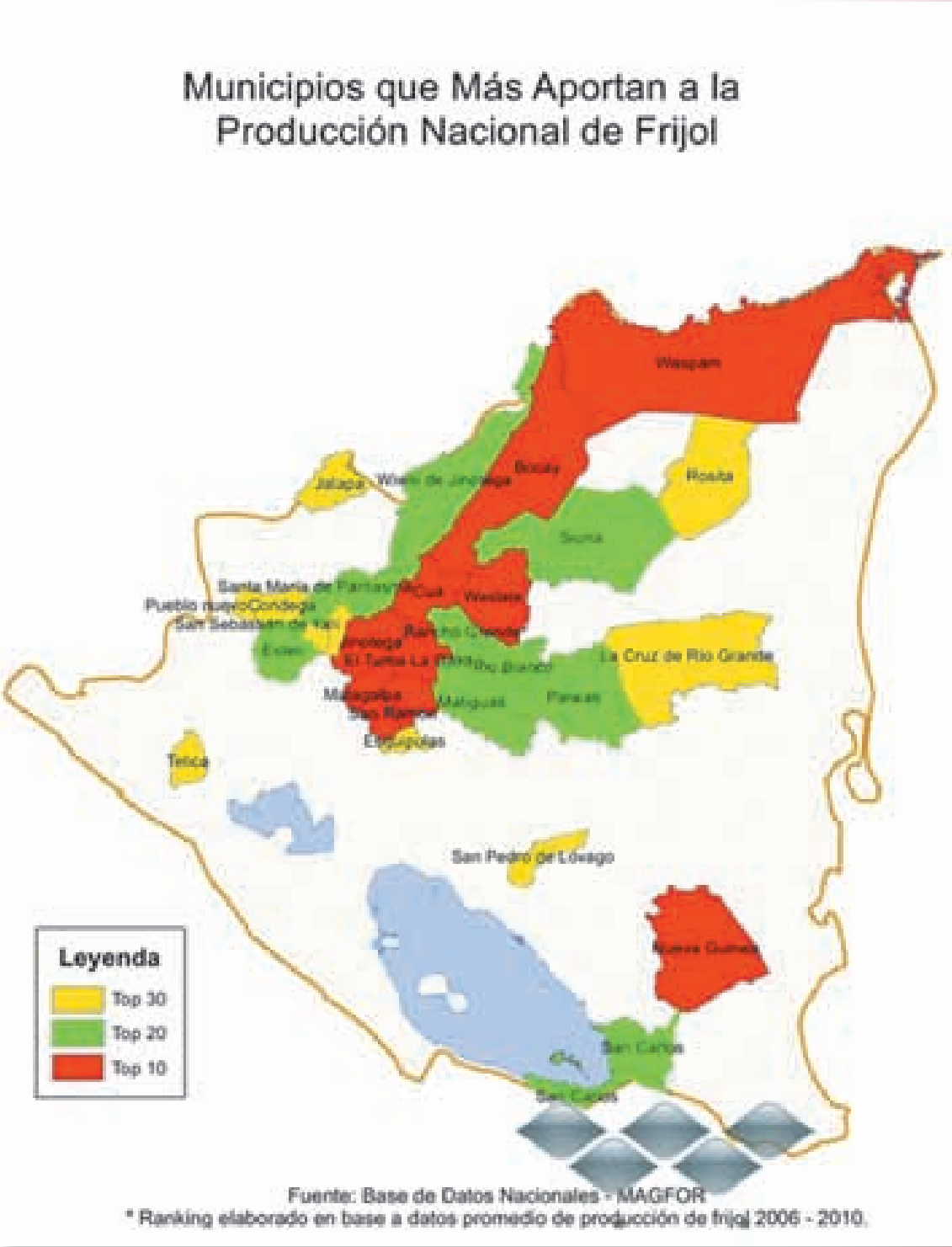
No.	Zona	Municipio	Superficie Promedio	Producción Promedio	% Peso en la producción Total	% Peso en la superficie total	Rendimiento ¹
1	RAAS	Nueva Guinea	27,500	310365	7.97%	7%	11.3
2	Jinotega – Matagalpa	Jinotega	11685	162260	4.17%	3%	13.9
3	Jinotega – Matagalpa	Bocay	8331	136213	3.50%	2%	16.3
4	Jinotega – Matagalpa	Matagalpa	15,175	129968	3.34%	4%	8.6
5	RAAN	Waslala	9,609	126171	3.24%	3%	13.1
6	Jinotega – Matagalpa	Cuá	6,783	110934	2.85%	2%	16.4
7	Jinotega – Matagalpa	El Tuma-La Dalia	10,583	105133	2.70%	3%	9.9
8	Jinotega – Matagalpa	San Ramón	9,689	103683	2.66%	3%	10.7
9	RAAN	Waspám	7,875	96496	2.48%	2%	12.3
10	Jinotega – Matagalpa	San Dionisio	9,978	96052	2.47%	3%	9.6
Sub-total top-10					35.38%	32%	
11	Jinotega – Matagalpa	Santa María de Pantasma	5,549	93961	2.41%	2%	16.9
12	Jinotega – Matagalpa	San Sebastián de Yalí	6,997	92572	2.38%	2%	13.2
13	Jinotega – Matagalpa	Wiwilí de Jinotega	6,527	85928	2.21%	2%	13.2
14	Jinotega – Matagalpa	Rancho Grande	7,243	81031	2.08%	2%	11.2
15	RAAN	Siuna	5,575	75834	1.95%	2%	13.6
16	Jinotega – Matagalpa	Rio Blanco	6,023	75500	1.94%	2%	12.5
17	Las Segovias	Estelí	7,522	68550	1.76%	2%	9.1
18	Chontales	San Carlos	4,639	63142	1.62%	1%	13.6
19	RAAS	Paiwas	637	57700	1.48%	0%	7.7
20	Jinotega – Matagalpa	Matiguás	5,475	57414	1.47%	1%	10.5
Sub total top-20 (acumulado)					54.68%	48%	
21	Jinotega – Matagalpa	La Concordia	5,125	54284	1.39%	1%	10.6
22	Jinotega – Matagalpa	San Rafael del Norte	4,294	51255	1.32%	1%	11.9
23	RAAN	Rosita	3,546	46759	1.20%	1%	13.2
24	Las Segovias	Condega	4,982	46486	1.19%	1%	9.3
25	Jinotega – Matagalpa	Esquipulas	4,234	44629	1.15%	1%	10.5
26	Pacífico Norte	Telica	3,837	44464	1.14%	1%	11.6
27	Las Segovias	Pueblo nuevo	5,300	42645	1.10%	1%	8.0
28	RAAS	La Cruz de Río Grande	4,119	39950	1.03%	1%	9.7
29	Chontales	San Pedro de Lóvago	2,083	38644	0.99%	1%	18.6
30	Las Segovias	Jalapa	4,663	36877	0.95%	1%	7.9
Sub total top-30 (acumulado)					66.14%	58%	

Fuente: Bases de datos MAGFOR

¹ Los promedios fueron calculados sobre la base sumatoria total del período 2006-2010 (suma de la producción de los años 2006 al 2010 / sumatoria de la superficie cosechada para el mismo período).

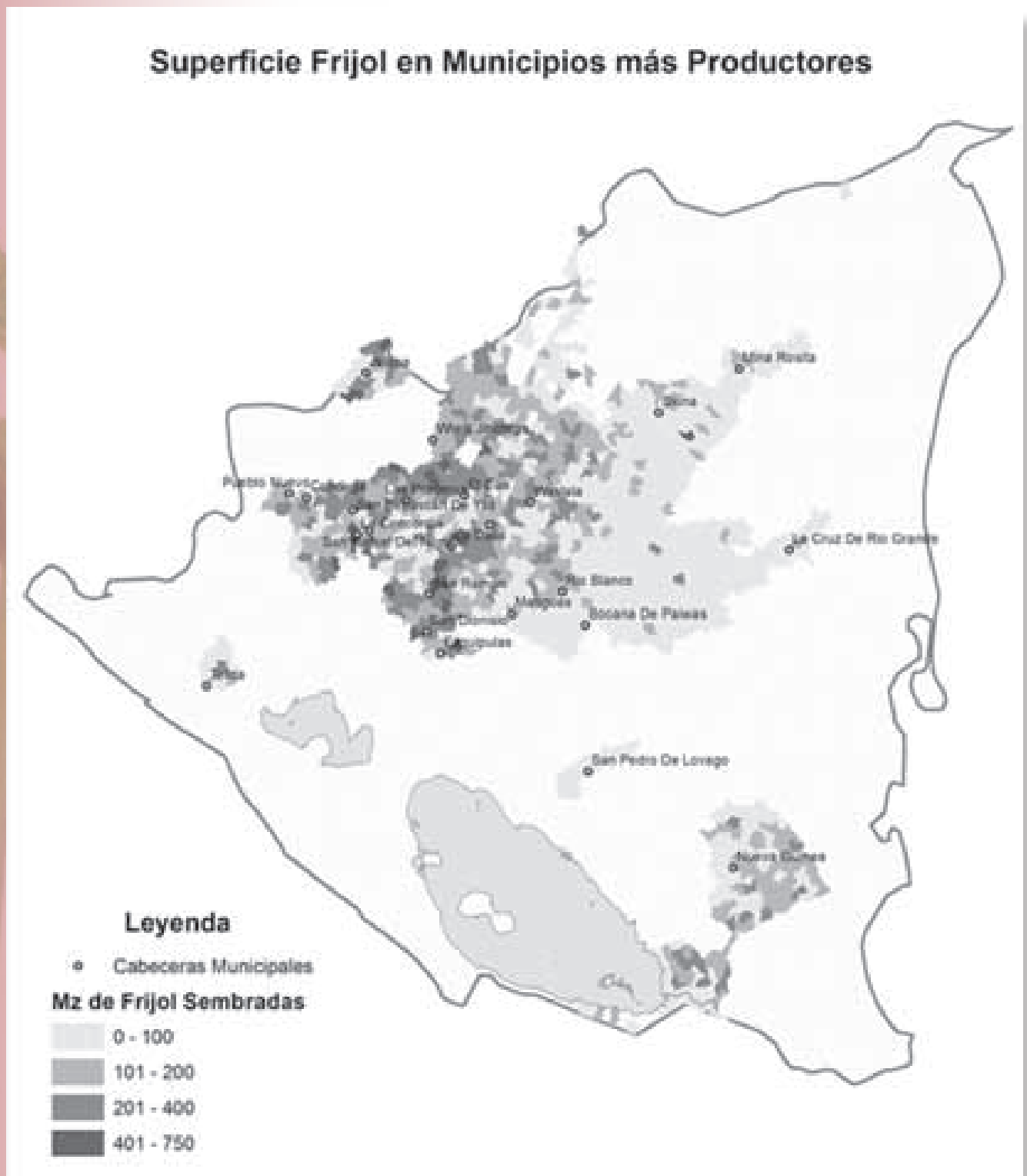


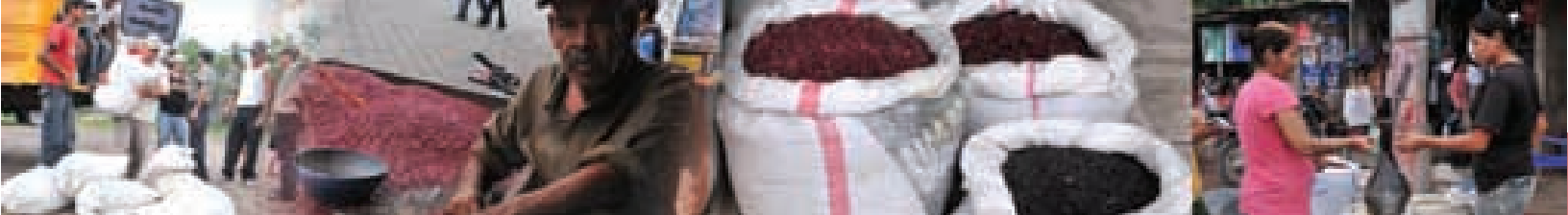
Mapa 1: Aporte por municipio a la producción nacional de frijol





Mapa 2: Municipios con las mayores superficies de frijol





3.2. Las características de los productores

Basados en los datos del CENAGRO del 2001 (tabla 2), se puede observar que la producción de frijol en términos de superficie sembrada se concentra de manera significativa en los estratos con más tierras, controlando casi la mitad de la superficie sembrada. Ello quiere decir que el frijol que se sirve en la mesa de la mayor parte de los nicaragüenses y hermanos centroamericanos no proviene de fincas pequeñas, sino, de fincas medianas y grandes. No obstante, hay que señalar que una gran parte de la producción de estas fincas es en realidad la producción de mozos agrícolas en fincas ganaderas y cafetaleras o la producción de campesino sin tierras o con poca tierra en relaciones de mediería o alquiler.

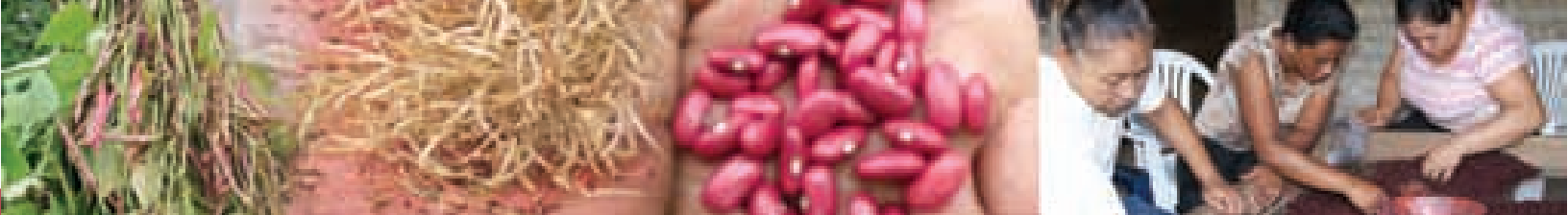
Tabla 2. Superficie promedio y superficie sembrada de frijol

Estrato de tenencia	Superficie. Promedio frijol	Superficie sembrada manzanas	% Superficie	% acumulado por grupo de tenencia
Sin tierras	1.41	20,113	6.13	18.07
Hasta 5 manzanas	0.65	39,187	11.94	
5 a 15 manzanas	1.52	59,357	18.08	34.36
15 a 30 manzanas.	1.96	53,424	16.28	
30 a 60 manzanas.	2.22	59,823	18.22	47.57
Más de 60 manzanas.	3.01	96,346	29.35	
Total	1.64	328,250	100.00	100.00

Fuente: CENAGRO-2001.

La dinámica de la producción de granos básicos en Nicaragua se encuentra estrechamente vinculada con la gran producción ganadera y en menor medida con la gran producción cafetalera. La producción de pastos está estrechamente vinculada con la producción de granos: campesinos con poca o sin tierras *“limpian”* y producen granos básicos en mediería o alquiler por producto, para luego empastar. O bien, campesinos con tierra producen granos aprovechando la fertilidad natural, para luego empastar, vender mejoras y migrar a la montaña para comprar más tierras.

También la gran hacienda cafetalera es una gran productora de granos, pues requiere grandes cantidades de alimentos (maíz y frijol) para mantener la fuerza de trabajo que necesita para su producción. La producción de maíz y frijol se hace cediendo tierras a mozos para la siembra de granos a cambio de una parte del producto. De esta manera logran autoabastecerse, fijar fuerza de trabajo y reducir las presiones de incremento salarial.



Por esta razón, los datos del CENAGRO en el 2001 (tabla 2) muestran que las fincas con más tierra juegan un papel clave en la producción de alimento. El problema de estas dinámicas es que por los procesos de concentración de tierra, la producción de frijol para las familias con poca tierra y nada de tierra depende del acceso que puedan tener por medio del alquiler o la mediería. La producción bajo este tipo de sistemas (en tierra no propia con poca seguridad de acceso) genera pocos incentivos para mejorar la producción, puesto que la mayoría de contratos son de corto plazo. Un sistema de arriendo más seguro y de mediano plazo puede crear mejores incentivos para el que recibe la tierra en arriendo tenga más interés en mejorar la producción (Por ejemplo, incorporando prácticas para mantener la fertilidad de los suelos).

Una encuesta realizada más recientemente por Nitlapan a 33 cooperativas relacionadas con la producción frijol en el año 2011 confirman, hasta cierto punto, las tendencias que se observan en el CENAGRO-2001 (tabla 2), en el sentido de que los segmentos con más tierra tienen una participación clave en la producción del grano.

Tabla 3. Superficie sembrada y quintales producidos en 33 cooperativas en Nicaragua

Rango de tenencia	No. Casos	Superficie en finca	%	QQ frijol total	%inte
Hasta 5 manzanas.	176	533	2.96	6,455	17.71
5.01 a 15 manzanas.	241	2,331	12.94	11,488	31.52
15.01 a 30 manzanas.	137	3,103	17.22	6,848	18.79
30.01 a 60 manzanas.	109	5,121	28.42	7,412	20.34
Más de 60 manzanas.	57	6,929	38.46	4,246	11.65
Total	720	18,017	100.00	36,449	100.00

Fuente: Encuesta INTA-FAO, para el proyecto de Empresas de Semilla, 2011.

Uno de los problemas de esta encuesta es que subestima el peso de las fincas más grandes, puesto que por lo general los propietarios con más tierra no pertenecen a esas cooperativas, (haciendas cafetaleras, ganaderas o finqueros con mucha tierra) y en consecuencia el estrato con más tierra está sub-representado en la encuesta. No obstante, los datos muestran que los segmentos con más tierra juegan un rol clave en la producción de frijol sea como productores directos o como arrendatarios de tierra.

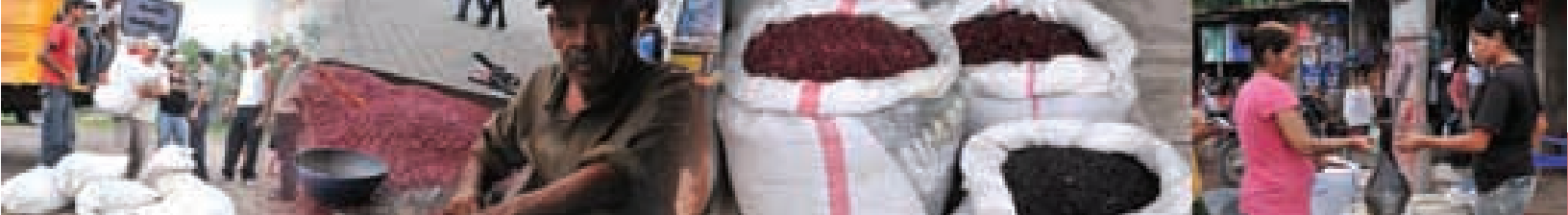


Tabla 4. Rango de superficie sembrada por estrato de tenencia en los 30 municipios más productores (en porcentaje)

Rangos de tenencia de tierra.	Rangos de superficie sembrada				Total
	Hasta 1 mz.	De 1.01 a 2 mzs.	2.01 a 4 mzs.	Más de 4 mzs.	
Sin tierras	43	29	19	8	100
Hasta 5 mzs.	53	30	14	3	100
5 a 15 mzs.	32	30	26	12	100
15 a 30 mzs.	28	27	26	18	100
30 a 60 mzs.	25	26	26	23	100
Más de 60 mzs.	22	22	24	32	100
Total	33	27	23	16	100

En amarillo sectores que producen probablemente más para autoconsumo familiar o de la finca para el mantenimiento de mozos. En rojizo sectores que producen probablemente para el mercado.

Fuente: CENAGRO, 2001.

La tabla 4, muestra claramente que los estratos con menos tierra (sin tierras y hasta 5 manzanas) siembran en total, en su gran mayoría, hasta 1 manzana de tierra. Esto significa que la mayor parte de estas familias, en realidad, siembran con lógica de autoconsumo y que solo venden los excedentes. Es decir, para estas familias es clave el acceso a tierra para asegurar su propio autoconsumo. De estos mismos estratos, hay un porcentaje importante que siembran más de 2 manzanas (27% de las familias sin tierras y 17% de las familias hasta con 5 manzanas). Es decir, éstas son familias que están sembrando con una lógica más comercial. Dado que estas familias representan el 31% (según cifras del CENAGRO) del total de las familias, es obvio, que para una política de seguridad alimentaria y de reducción de pobreza, este sector es clave y como veremos más adelante, uno de los aspectos más relevantes para estas familias es en primer lugar el acceso a tierras y después el acceso a semilla de buena calidad.

3.3. Los sistemas de cultivo y tecnología.

No hay información agregada a nivel nacional sobre la tecnología usada por los productores de frijol. Los datos agregados del Banco Central muestran que los rendimientos en Nicaragua han permanecido prácticamente invariables en los últimos 20 años, lo que demuestra claramente que la estrategia de crecimiento de la producción en este período se basó en el incremento de áreas, producto del proceso de re-colonización de la frontera agrícola, pero, como ya hemos explicado, hay fuertes indicios de que está dinámica ha topado con el “caribe” y con ello se cierra dicha dinámica. Estos datos de rendimiento también nos indican que, tecnológicamente, la producción de frijol no ha variado sustancialmente y que la siembra al espeque continúa siendo la práctica más generalizada como método de siembra.



Los datos de una encuesta de Nitlapan realizada en 33 comunidades en el año 2007, en los municipios de El Cuá, Wiwilí, Matiguás, San Juan del Río Coco, Quilalí, Río Blanco, Chinandega, Somotillo, Belén y Pueblo Nuevo indican, que de las 1300 encuestas realizadas, el 70% de la superficie sembrada en frijol, se realizó al espeque y el 30% con bueyes. Es decir, esa información nos indica que hay una alta incidencia de este tipo de tecnología en la producción de frijol y dado la cobertura de municipios en que se hizo la encuesta (centro norte, centro, pacífico norte y pacífico sur) es probable que se acerque bastante a lo que existe a nivel nacional.

3.4. Auge y dudas en el comercio internacional

La política comercial agropecuaria ha tenido como eje fundamental la liberalización comercial, ya sea con la eliminación o reducción de aranceles de entradas así como la realización de una serie de acuerdos comerciales que contemplan cuotas para la exportación o importación. Sin embargo, por ser el frijol un rubro de gran importancia dentro de la dieta nicaragüense, la apertura comercial no ha sido tan profunda, ya que las políticas internas de cada país están dirigidas a asegurar la producción nacional con el fin de abastecer el mercado interno, asegurando satisfacer la demanda de los nicaragüenses. Conceptos como seguridad y soberanía alimentaria han sido sostenidos para “proteger” abastecimiento nacional de granos mediante restricciones arancelarias y sanitarias especiales utilizadas para regular las exportaciones. Estos mecanismos han sido utilizados en los últimos años para regular las entradas y salidas del frijol.

Con una Balanza Comercial positiva, ¿Podría mejorar este panorama a mediano plazo?

Los datos muestran que la balanza comercial de frijol (negro y rojo) es positiva, lo que indica el potencial que tiene Nicaragua en el marco del mercado regional y extra-regional. Además, la apertura de nuevos mercados como el venezolano ha traído beneficios en la diversificación de los destinos de exportación.

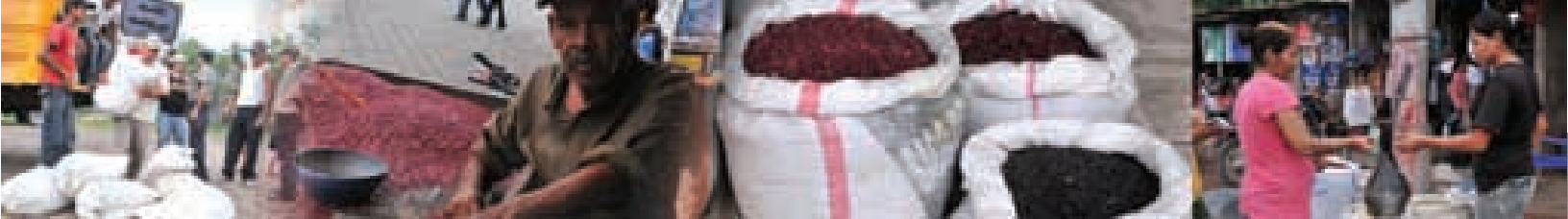
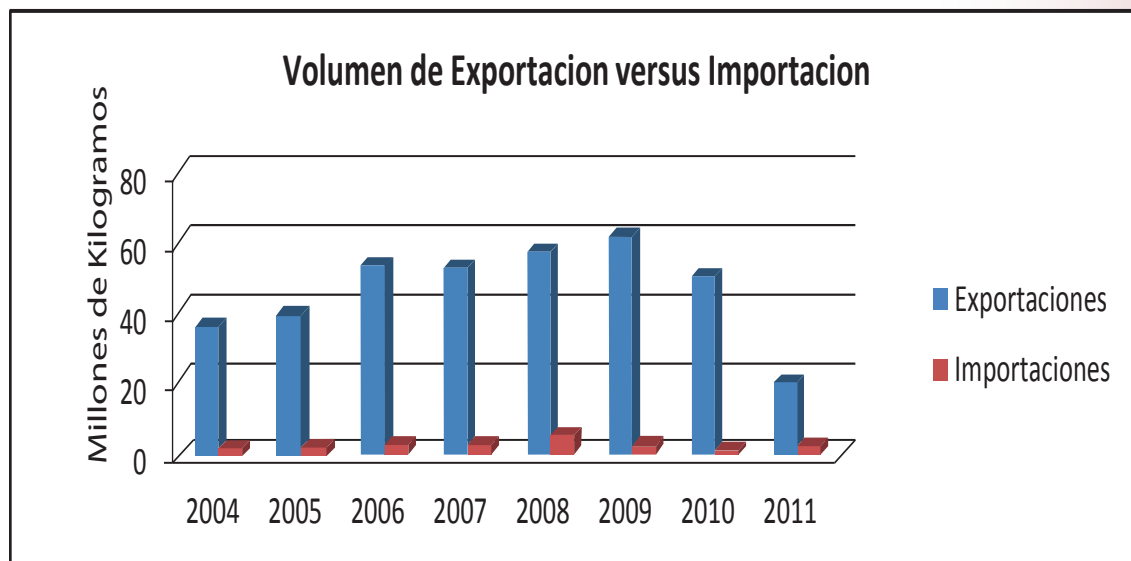


Gráfico 2: Exportaciones versus importaciones (millones de kilogramos)

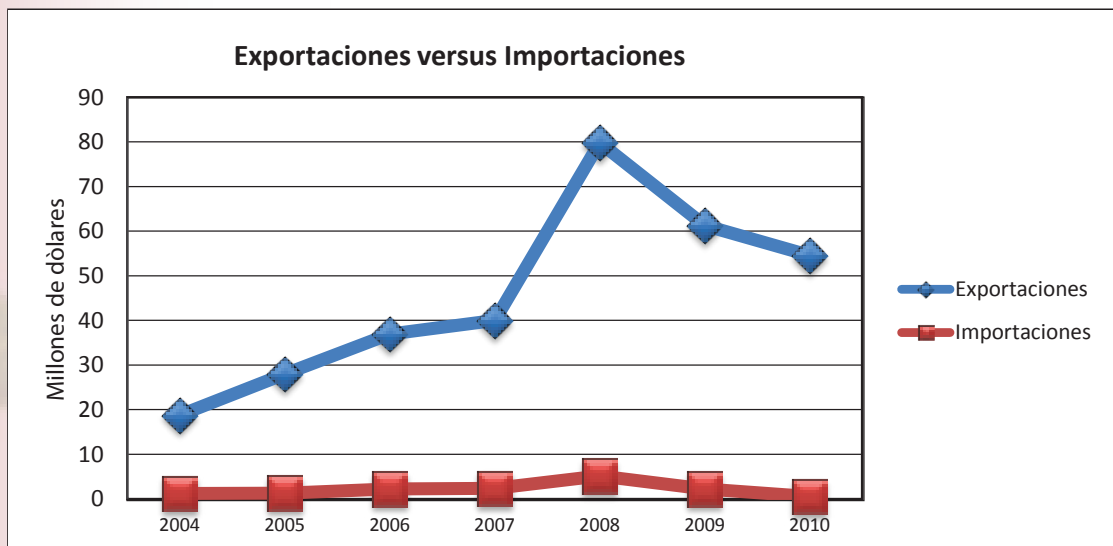


Fuente: Elaborado en base a datos del MIFIC

Como se puede observar, los años de mayor apogeo para las exportaciones se refieren al período 2006-2010 de tal forma que el punto cima fue el año 2009 donde dichas exportaciones ascendieron a más de 80 millones de dólares. No obstante, a partir del año 2010 empezaron a disminuir gradualmente hasta caer a menos de 20 millones de dólares durante el 2011 debido en parte a las restricciones implementadas a las exportaciones. La tasa de crecimiento promedio anual en U\$ era del 23% y la de quintales 8% esto gracias a un significativo incremento en los precios de un 22% promedio anual hasta 2007; el siguiente año hubo una leve reducción de los quintales exportados pero el precio siguió en aumento (véase siguiente gráfico). Por su parte, las importaciones han sido relativamente constantes y mínimas lo que muestra que el país ha tenido la capacidad de producir para satisfacer tanto la demanda interna como externa.



Gráfico 3: Exportaciones versus Importaciones (millones de dólares)

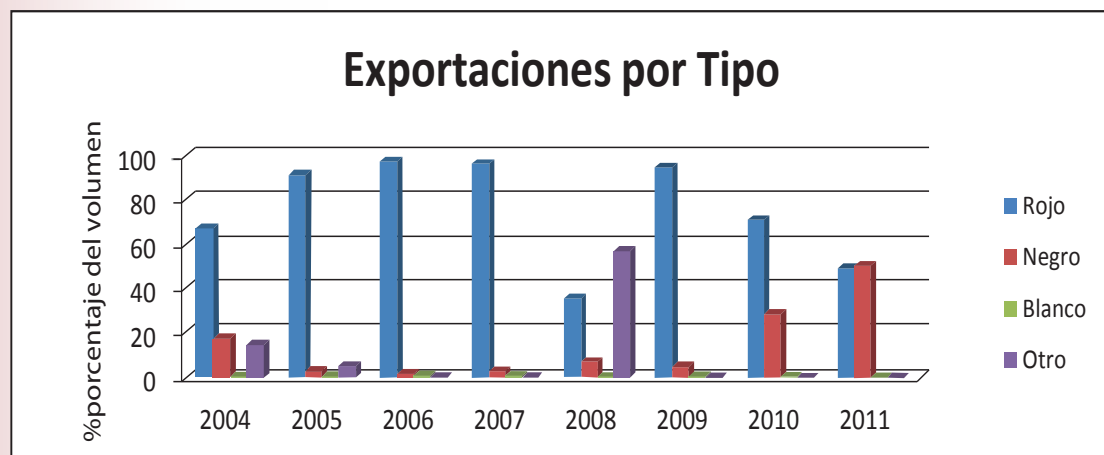


Fuente: Elaborado en base a datos del MIFIC

Auge del frijol negro... ¿Será sostenible?

En cuanto al comercio exterior, el frijol ocupa el décimo lugar en los principales productos exportados del país, siendo el frijol rojo el más relevante dentro de sus tipos. Es importante anotar que en los últimos años las exportaciones del frijol negro han venido aumentando en el marco de los acuerdos con Venezuela.

Gráfico 4: Exportaciones por tipo de frijol



Fuente: Elaborado en base a datos del MIFIC



Como se observa en el gráfico, las exportaciones de frijol rojo siguen siendo las más importantes; sin embargo, con la apertura del mercado venezolano el frijol negro empezó a tomar mayor relevancia. A partir del 2008 hay un incremento de las exportaciones de frijol negro que mejora sustancialmente en el 2010 hasta alcanzar los volúmenes de frijol rojo e inclusive superarlos en el 2011. Esto pone en evidencia que las acciones implementadas (mayor flujo de financiamiento y asesoría técnica) para activar este producto han dado buenos resultados.

No obstante, el hecho de que no exista un acuerdo comercial sólido con Venezuela (como existe con otros países) y el hecho que las exportaciones se realicen exclusivamente por el canal ALBALINISA, genera cierta incertidumbre alrededor de la sostenibilidad de esta dinámica exportadora si cambian las variables políticas actuales. No hay duda que el mercado venezolano es muy interesante para Nicaragua, por lo que del punto de vista del interés nacional es urgente un acuerdo comercial sólido con Venezuela.

Centroamérica un mercado potencial

Las exportaciones de frijol tienen doce destinos principales, de esos países, cuatro han venido incrementando sus importaciones en los últimos años y estos cuatro países son también los destinos principales de las exportaciones de Nicaragua. Durante el período 2000/2002, El Salvador fue el principal importador de frijol nicaragüense, seguido por Costa Rica y por Honduras. En los dos años siguientes 2003 y 2004, Costa Rica se convierte en nuestro principal destino de exportación mientras que El Salvador pasa a un segundo plano quedando siempre Honduras en el tercer puesto del ranking importador.

Para el 2004, las exportaciones hacia Costa Rica pesaban un 51%; sin embargo, esto ha variado siendo el principal país de destino El Salvador porque la demanda de frijol ha aumentado significativamente. Para 2010, las exportaciones hacia El Salvador pesaban un 33% del total de las exportaciones y el mercado venezolano juega ahora un papel importante dentro de las exportaciones de frijol, gracias a los nuevos acuerdos del gobierno con Venezuela en el marco del ALBA. Pero las exportaciones hacia Venezuela son meramente de frijol negro y están regidas principalmente a través del gobierno, por la empresa ALBALINISA.

Aún así, el mercado venezolano sigue siendo muy prometedor para el país puesto que requiere anualmente para el consumo interno unas 106 mil toneladas de frijol negro, sin embargo, solamente produce entre el 35 y 40 por ciento de su demanda interna, por lo que tienen que importar el restante para satisfacer la demanda interna. El gobierno de Venezuela negoció con el gobierno de Nicaragua la compra de 20 mil toneladas de frijol negro para el 2010.



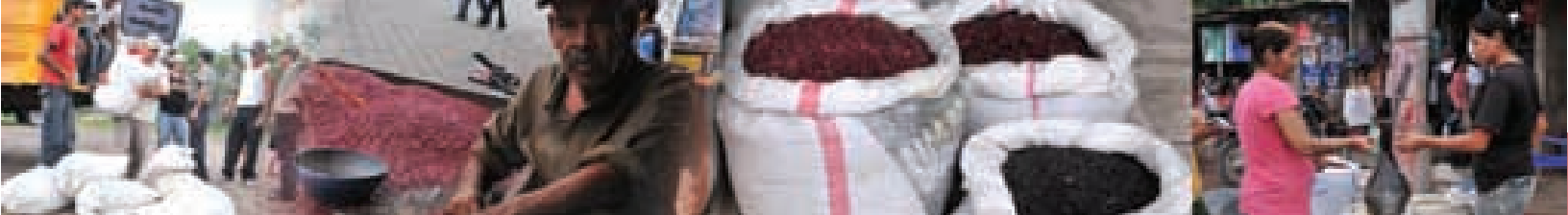
Gráfico 5: Exportaciones por país de destino



Fuente: Elaborado en base a datos del MIFIC

Es interesante observar que el principal comprador de frijol es el mercado centroamericano. En el año 2004, el 90% de las exportaciones de frijol estaban dirigidas a la región, esto cae en 2008 a un 80% y para 2010 casi un 70% de las exportaciones de frijol se dirigieron al mercado centroamericano. Esta caída sistemática de las exportaciones no deja de ser preocupante pues ello significa que Nicaragua está perdiendo o dando la espalda a un mercado sumamente ventajoso para el país.

En conclusión, podemos señalar que el dinamismo mostrado en las exportaciones del rubro hasta el 2008, a partir del año 2009 se ven ralentizadas y actualmente pareciera que nos encaminamos a una reducción significativa como efecto de las restricciones a las exportaciones del frijol. Siendo Centroamérica un mercado potencial que representa una gran oportunidad económica para los productores de frijol en Nicaragua es preocupante esta tendencia en las exportaciones. Aparentemente China y otros competidores de Nicaragua están llenando los espacios que Nicaragua está dejando en el mercado centroamericano, por lo que urge en el corto plazo generar un debate interno para consensuar una estrategia nacional para recuperar el mercado que estamos perdiendo en la región. Los esfuerzos importantes que se realizan frente a las oportunidades que abre el mercado venezolano de frijol negro, no deberían ser motivo para dar la espalda al mercado regional centroamericano, todo lo contrario.



Respecto a los tratados de libres comercio y acuerdos comerciales

Tabla 5. Tratados de Libre Comercio y Acuerdos comerciales en Nicaragua

Tratado	Condiciones	Volúmenes reales exportados	Volumen Potencial a Exportar
DR-CAFTA	Libre cuota y Arancel	3000 a 6000 toneladas	No hay restricciones de entrada
México	4000 toneladas métricas incremento de 5% mensual	Se dejó de exportar desde 2004	4000 toneladas con incremento de 5%
Chile	Libre Arancel y sin cuota	No aprovechado	No hay restricciones de entradas
Centroamérica	No hay cuota para exportar y un arancel de importación del 20%	El 90% de exportaciones dirigidas a la región. 727.5 miles de quintales. En 2008, el 80 % de exportaciones, equivalente a un millón de quintales.	No hay cuota o restricciones por cantidades

Fuente: Elaborado en Base a Información de la Dirección de Políticas Comerciales Externas, MIFIC.

En conclusión, Nicaragua tiene un potencial exportador no plenamente aprovechado, así lo demuestra las cuotas no aprovechadas con México, República Dominicana y la tendencia hacia la baja de nuestras exportaciones a Centroamérica, por lo que si hubiese un aumento de la productividad del frijol, el excedente que se creara tendría mercados a los que puede optar. Hace falta apoyo por parte del gobierno para promover el aprovechamiento y la consolidación de los mercados existentes.

3.5. Precios

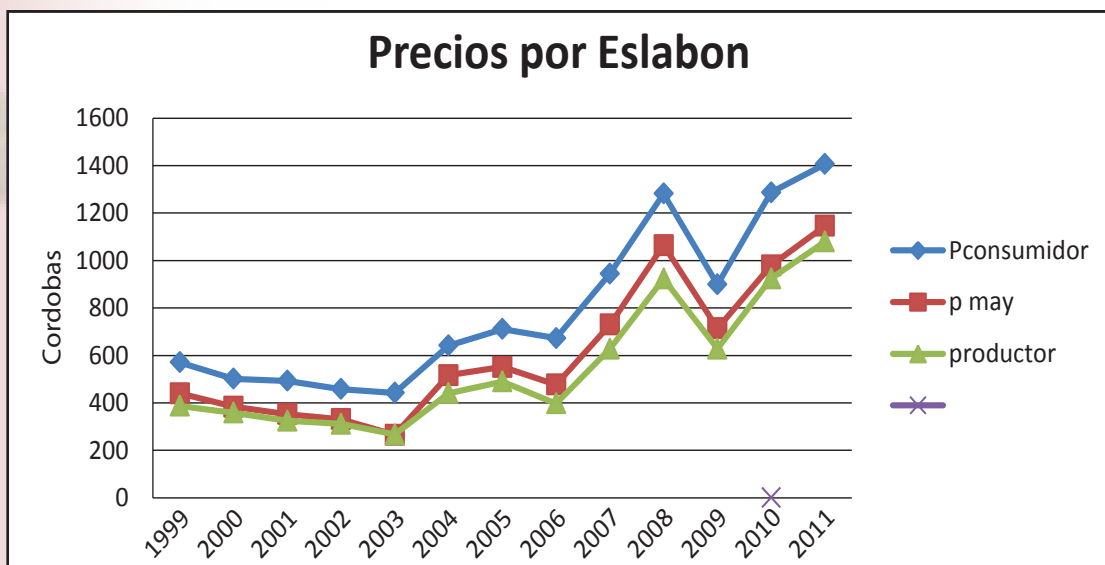
Los precios pagados a los productores están determinados por la oferta de producción existente; pero este precio muestra una tendencia de fluctuar con un patrón estacional durante los mismos meses del año porque la cosecha está determinada en ciertos períodos. Es decir, para los períodos que sale la cosecha los precios son bajos por la sobre oferta existente, eso es durante los ciclos de Primera: julio y agosto, postrera: noviembre y diciembre y apante: febrero y marzo.

Tomando en cuenta los estándares de calidad y la estacionalidad del rubro, los precios promedios pagados al productor se han mantenido en ascenso desde 2000; sin embargo están muy por debajo de los precios que llega al consumidor. Por lo que el margen entre ambos se mantiene casi constante entre 49 y 50 %. He aquí donde se debe hacer hincapié, ya que a pesar de datos atípicos como el año 2008 donde se



logró un precio mayor a 1,000 córdobas, los productores fueron quienes recibieron menor beneficio de ese acontecimiento. Mientras los detallistas llegaron a vender a 20 córdobas la libra de frijol (haciendo de este un producto escaso o de difícil acceso para las familias de bajos ingresos) los productores obtuvieron un aumento comparado con años anteriores pero no en la misma escala.

Gráfico 6: Precios de frijol por cada eslabón de la cadena (1999 - 2011)



Fuente: Elaborado en Base a datos del MAGFOR

Sin embargo, en cada uno de los eslabones de la cadena los precios varían, esto se debe en parte al valor agregado que cada actor le añade, logrando un producto final más acabado con mayor valor y por ende mejor precio. Como se observa en el gráfico, a partir del 2003 los precios en general han evolucionado en un proceso de alzas de forma gradual, que se ha visto distorsionado por factores externos que llevaron a que en algunos años los precios fueron verdaderamente altos.

Pero al comparar cada uno de ellos podemos observar que los precios finales están muy por encima del precio inicial o al productor. Al contrario con el precio al mayorista. Este último ha sido considerado siempre el eslabón que se queda con el mayor porcentaje de ganancias, pero los precios por si solo demuestran que la brecha existente no es muy amplia por lo que se considera que los mayoristas compiten y ganan por volúmenes de venta no tanto por márgenes de precio. Al contrario, los minoristas quienes distribuyen el precio al consumidor tienen una brecha mucho mayor comparado al mayorista; es decir, un distribuidor minorista que no mueve muchos volúmenes de frijol, en poco tiempo su principal estrategia de negocio es vender el producto con un precio más alto para poder tener ganancias.

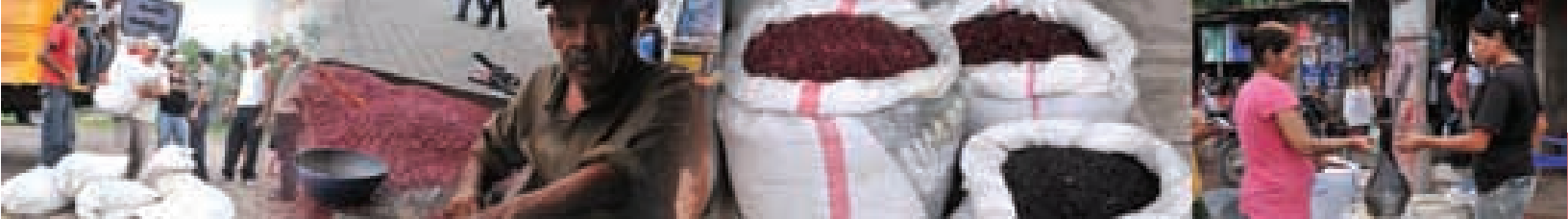
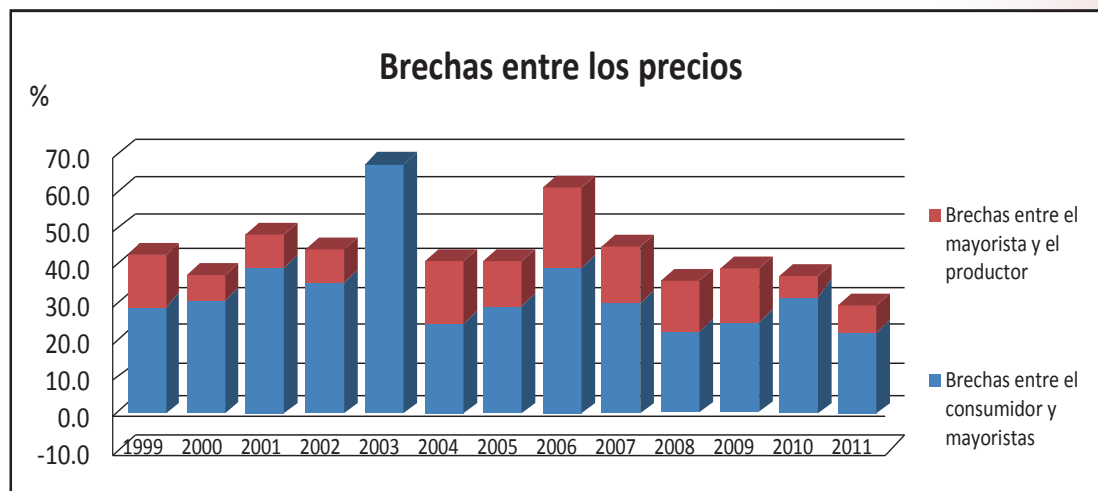


Gráfico 7: Brechas entre el precio mayorista y el precio al consumidor



Fuente: Elaboración Propia en base a datos del MAGFOR

El gráfico 7 muestra más claramente las brechas que existen entre los precios. El margen entre el precio del mayorista y del productor ha oscilado entre 20 y 30 % más, a diferencia del minorista que se ha mantenido entre 70 y 80%. Sin embargo, retomando lo anterior, estas grandes diferencias se deben principalmente a que un pequeño vendedor minorista no comercializa las mismas cantidades en cortos períodos de tiempo que un mayorista, además que no posee el suficiente capital para hacerlo. Esto nos lleva a la gran pregunta, ¿A quién le queda la mayor parte del valor agregado? Es decir, ¿la brecha de precios existente entre el precio inicial y el precio final es acaparada por quienes se encargan de la comercialización? O ¿La falta de integración de la cadena, es la causante de que existan una gran cantidad de intermediarios quienes obtienen un margen que se refleja en el precio final?

Entonces será necesario discutir a fondo, sobre un precio de equilibrio que pueda incentivar a los campesinos a seguir produciendo, porque a medida que los precios que ellos reciben se mantienen o bajan y la rentabilidad se vuelve cada vez más dudosa se puede llegar a un punto donde los campesinos ya no quieran producir y esta balanza comercial positiva que tiene el país desaparezca. Por otra parte, si se eliminan a los intermediarios y los minoristas deban tener un nivel menor de ganancias para asegurar un precio bajo a los consumidores, la intervención en sus estrategias de ventas podría inducir a no ser rentable vender frijoles al detalle.

Por tal razón, es necesaria una política discutida con cada uno de los eslabones de la cadena y el gobierno que pueda asegurar un precio justo para los consumidores, un precio que incentive a los campesinos a seguir produciendo, y que ese precio también genere ganancias a los mayoristas y pequeños distribuidores del frijol.



IV- Las “sub-cadenas” en la comercialización de frijol rojo y negro.

4.1. “Sub-cadenas productivas” y “sub-cadenas de valor” en la comercialización de Frijol.

La comercialización de frijol para consumo en Nicaragua gira principalmente en torno a dos sub -productos: frijol negro con la variedad Inta-Cárdenas y frijol rojo en sus variedades Rojo Seda, Inta Rojo y Estelí, tanto para el mercado de consumo nacional como para el de exportación⁶.

Sobre la base de las relaciones que establecen los actores en las diferentes fases o procesos para llevar el frijol desde el/la productor/a hasta el consumidor se identifican cadenas de valor y cadenas productivas. En el primer tipo de cadenas (de valor) un actor o grupo de actores coordinan acciones ex-ante con los otros actores de los diferentes eslabones de la cadena para garantizar un producto con los requerimientos que demanda un(os) mercado(s) específico(s); en el segundo tipo de cadenas (productivas) cada actor desarrolla sus acciones sin coordinar con los otros, aunque siempre las negociaciones ex-post se realizan basándose en determinados requerimientos del mercado.

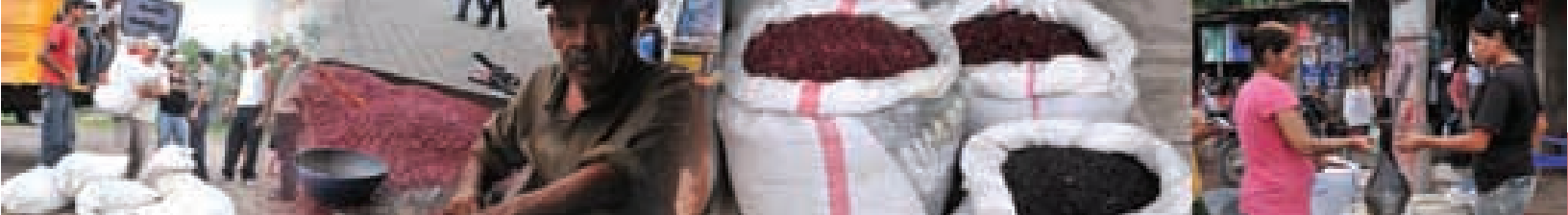
A continuación se presentan algunas características, teniendo como referencia la perspectiva de Gereffi y Long, que diferencian ambos tipos de cadenas que nos ayudaran más adelante en el análisis del funcionamiento de las diferentes sub-cadenas en la comercialización de frijol.

Tabla 6. Diferencia entre una cadena de valor y una cadena productiva

Características de una Cadena de Valor	Características de una Cadena Productiva
Transacciones “conexas” entre los actores a través de la coordinación de actividades en las diferentes fases de la cadena.	Vínculos débiles en las transacciones entre actores. No hay articulación para desarrollar actividades en las diferentes fases de la cadena.
En la medida en que realizan transformación (primaria y/o industrial al producto le agregan valor)	En la mayoría de los casos, no realizan procesos de transformación al producto.
Hay un actor o grupo de actores ejerciendo “Gobierno” ⁷ en la cadena, promoviendo la cooperación/asociatividad entre actores.	No hay actores ejerciendo gobierno en la cadena. No se promueve la cooperación/asociatividad.

6 En este estudio se identificó una sub-cadena de valor vinculada a la comercialización de semilla; sin embargo solo se analizan aquellas vinculadas a la comercialización del grano para consumo, considerándose la semilla como parte de los insumos de las otras sub-cadenas.

7 “Ejercer gobierno no es solo coordinar, tampoco captar la mayor renta. El gobierno de una cadena es aquella que identifica a las empresas y a los actores claves en y fuera de la cadena y toma responsabilidad de ayudarlos a escalar, para mejorar la competitividad de la cadena”. (Mendoza, René. S/f).



Características de una Cadena de Valor	Características de una Cadena Productiva
Quien ejerce el Gobierno en la cadena, de manera directa o a través de alianzas, promueve cambio tecnológico en los otros eslabones de la cadena para garantizar ciertas características del producto.	No hay un actor que ejerza gobierno para que los otros actores escalen, sea hacia otras actividades o eslabones dentro de la cadena.
Las negociaciones entre los productores y los otros actores de la cadena se basan en el precio y otros servicios de apoyo (financiamiento, asistencia técnica, etc.).	Las negociaciones entre productores y los otros actores de la cadena están basadas en los precios.
Los productores se encuentran con diferentes barreras para acceder a estas cadenas.	Los productores acceden con relativa facilidad a estos mercados.

Fuente: Elaboración propia

Una de las principales características que diferencia a la cadena de valor de la cadena productiva es la estabilidad/durabilidad de la relación entre los actores basada en acuerdos formales o informales, creando vínculos fuertes y/o cooperativos que tratan, además de generar un producto con determinadas características, fortalecer la capacidad de los actores en los diferentes eslabones de la cadena.

Otro elemento que caracteriza la integración de los actores en la cadena es el tema de los requerimientos de calidad, determinado por el actor o grupo de actores que ejercen el gobierno en la cadena; por ello la importancia de identificar quién es este actor.

En este estudio identificamos sub-cadenas que cumplen con las características de una cadena de valor y sub-cadenas que aunque presentan algunas de las características de la cadena de valor (inversión, demanda de producto diferenciado, etc.) no son consideradas cadenas de valor porque estas características no están presentes en todos los eslabones de la cadena, solo en algunos de ellos, evidenciándose la ausencia de un actor que gobierne, coordine y/o apoye a los demás miembros de la cadena, siendo las relaciones entre ellos circunstanciales.

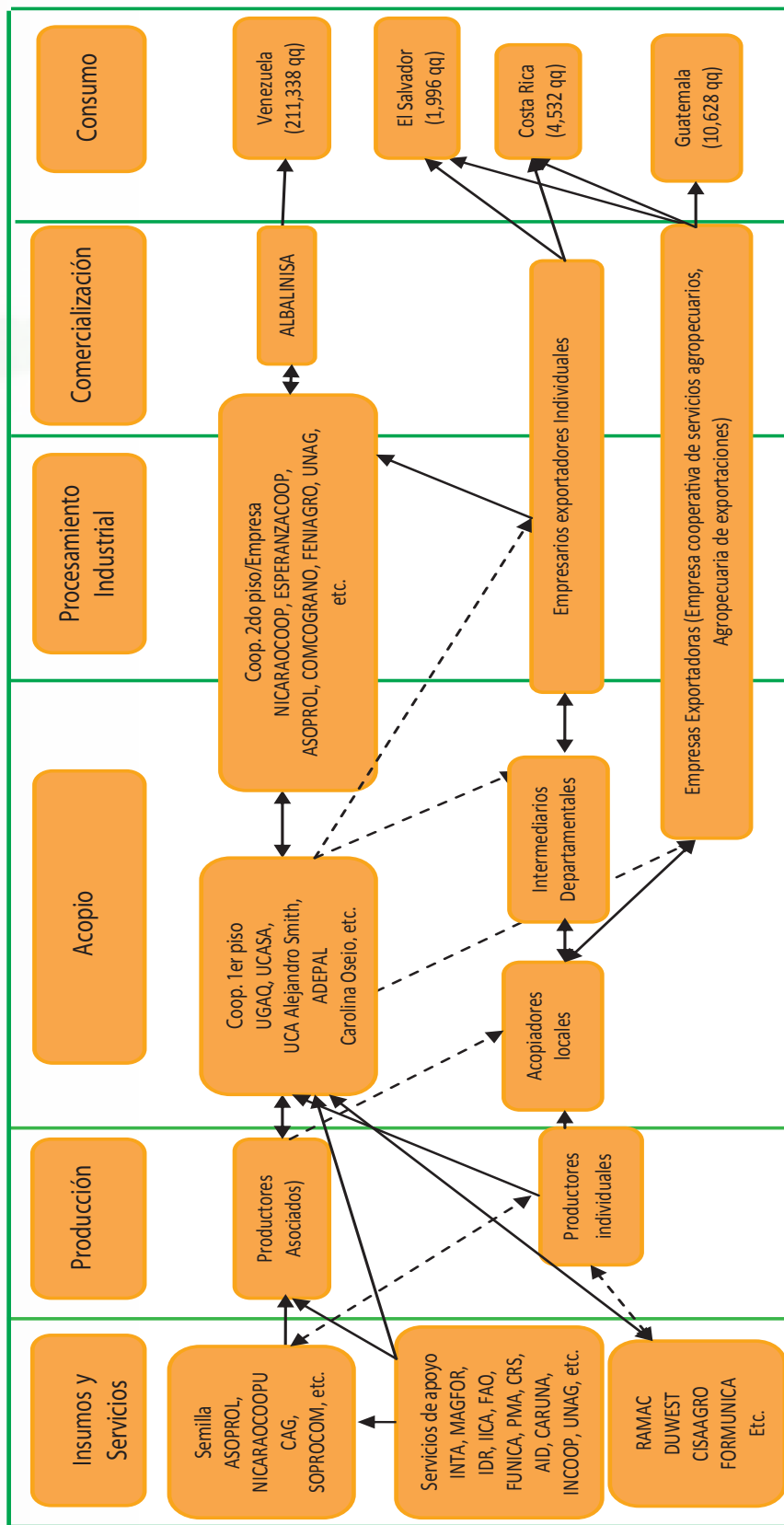
Aunque el interés de este estudio es el análisis de las sub-cadenas de valor, consideramos importante el análisis de una sub-cadena productiva en donde participan una importante red de supermercados.

A continuación se describe el funcionamiento de tres sub-cadenas: sub-cadena de valor de frijol negro, sub-cadena de valor de frijol rojo y sub-cadena productiva de frijol. El mapeo que se hace de cada una de las sub-cadenas toma en cuenta los siguientes criterios: tipo de producto (frijol rojo o frijol negro), ruta o destino del producto (exportación, nacional) y el tipo de relaciones entre los actores (cadena de valor y cadena productiva), considerando principalmente la participación o inserción de los pequeños productores en las diferentes sub-cadenas.

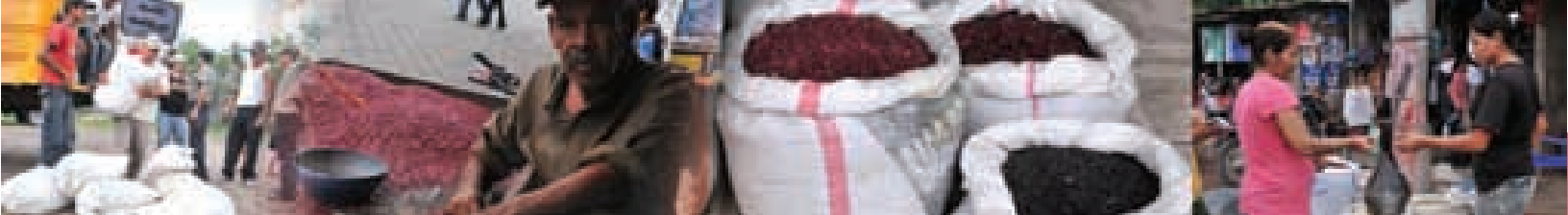


4.2. La sub-cadena de valor del frijol negro.

Gráfico 8: Mapeo de la sub - cadena de exportación de frijol negro



Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas con actores claves e información secundaria de PYMERURAL, MIFIC, DGA, 2011



La sub-cadena de valor de frijol negro se caracteriza por ser una cadena de consumo externo, siendo Venezuela el principal mercado de destino con el 92.5% del total de las exportaciones, seguido por Guatemala con apenas el 4.6% de dichas exportaciones. En esta cadena, el producto es diseñado desde la demanda; la gobernanza en la sub-cadena que tiene como mercado de destino Venezuela, la ejerce la empresa ALBA Alimentos de Nicaragua S. A. (ALBALINISA), quien a través de actores nacionales (NICARAOCCOOP, ASOPROL, etc.) garantiza los requerimientos de calidad del producto.

Es importante destacar el rol que cumplen las cooperativas en la sub-cadena a través de la prestación de servicios a sus asociados como financiamiento, asistencia técnica y sobre todo comercialización, puesto que esto ha garantizado el que los productores realicen el cambio de frijol rojo a frijol negro y que se mantengan sembrándolo. Así mismo es importante mencionar el rol importante de las alianzas entre las empresas proveedoras de insumos como RAMAC y cooperativas para financiar insumos y semillas a los productores.

4.2.1. Eslabón de insumos y servicios

Los actores que participan en la provisión de insumos y servicios son actores “formales” (empresas, instituciones del Estado, ONG, etc.), que establecen relaciones con los productores, teniendo como actor intermediario a la cooperativa. En el caso de algunos proveedores de insumos como RAMAC, realizan convenios con la cooperativa y financian un tercio del valor del área a sembrar por el productor, la cooperativa financia otro tercio y finalmente el productor asume el tercio faltante.

En esta sub-cadena los productores reciben financiamiento “en especies”, pues la cooperativa les entrega insumos y semilla y el pago del financiamiento debe ser “en especies”, pagando el equivalente del financiamiento con quintales de frijol. La relación entre los actores del eslabón de insumos con el de producción está mediada por las cooperativas de primer y segundo piso, cuyo rol es ser garante de una relación “ganar-ganar” entre todos los actores involucrados. Por un lado, los abastecedores de insumos ubican sus productos y reducen riesgos en la recuperación del financiamiento; en lo que respecta a los productores, estos tienen acceso a un servicio a como es el financiamiento que de otra manera es difícil acceder, ya que por los problemas de afectaciones climáticas que han tenido en los últimos años, para las financieras el frijol es un rubro riesgoso; además reciben los servicios de asistencia técnica y comercialización. Por su parte, los actores que están en la parte de acopio, se benefician porque garantizan el cumplimiento de las cuotas establecidas con el comprador con los estándares requeridos y a la vez fortalecen su relación con los cooperados al generarles la oferta de diferentes servicios.

En el caso de los productores que trabajan con los exportadores independientes, estos reciben financiamiento en efectivo y la manera de obtenerlo es a través de las redes locales que tienen establecidas los exportadores con los acopiadores locales; la forma



de recuperación del financiamiento es la misma que el de las cooperativas (con frijol). Uno de los prestadores de servicios financieros de estos exportadores es CARUNA y con ello se garantiza que estos abastezcan a uno de los actores comercializadores que proveen a ALBALINISA. En este caso el garante de la relación entre productores y el exportador es el comerciante local, el cual al ser parte de la misma zona de la que son los productores tiene mayores posibilidades de dar seguimiento a la recuperación del financiamiento y de tener mejores negociaciones con ellos.

En lo que se refiere a los prestadores de servicios (en particular técnicos), estos son principalmente actores estatales que crean las condiciones para hacer funcionar una sub-cadena de consumo externo, creando un entorno favorable tanto para la producción, como para el acopio y la comercialización del frijol negro a través de la prestación de servicios de financiamiento, asistencia técnica y comercialización. Aunque también es importante mencionar que en esta sub-cadena, en la prestación de servicios participan actores interesados en mejorar la participación de los productores (p. ej. CRS, FAO, etc.)

4.2.2. Eslabón de producción

La incorporación de los productores a esta sub-cadena de valor depende de los actores que están en los eslabones intermedios de acopio y/o comercialización. Se observa que hay dos grupos de productores participando en esta sub-cadena: productores asociados y productores individuales; sin embargo una característica común de estos productores para acceder a esta sub-cadena es el elemento del acceso a tierra propia; este es importante porque por un lado permite la asociatividad de los productores, y por otro lado es la garantía de que el productor va a sembrar el frijol y a la vez va a tener el excedente para venderlo, porque como se verá en la sección de la ubicación de los pobres en la cadena, los productores que acceden a tierra vía alquiler reducen las posibilidades de vender producción en una sub-cadena, pues una parte del excedente es destinado a pagar el alquiler de la tierra y otro para el autoconsumo, quedándoles muy poco y en ocasiones nada para la venta.

Estos productores venden su producto principalmente a las cooperativas de base, con quien mantienen una relación de doble vía, en el sentido de que las cooperativas les brindan servicios de crédito, asistencia técnica y comercialización y los productores por su parte garantizan la producción y abastecimiento del frijol negro.

Tanto los productores asociados como los individuales reciben servicios de las cooperativas; sin embargo los acuerdos con los productores individuales son menos estables, en el sentido de que se dan solo durante el período de la cosecha; por otra parte los que están asociados reciben otros beneficios porque no solo trabajan con la cooperativa el rubro frijol, sino que trabajan con otros rubros, recibiendo otro tipo de beneficios (infraestructura para hortalizas, comercialización de ajonjolí, etc.) que les permite participar en otras cadenas de valor.



Para las cooperativas el brindar el servicio de financiamiento representa una estrategia para garantizar el acopio del producto demandado por el mercado, dado que a los productores se les financia con paquetes tecnológicos y ellos por su parte pagan con producto y a la vez participan en un mercado que es relativamente estable en el tema de comercialización y precios.

Sobre la calidad del producto

Los productores entregan con calidad de campo, grado o nivel de humedad entre el 16% y 17%; con daños totales en un rango de entre el 5% y 7% y el tiempo de cocción debe ser menor a los 60 minutos.

El frijol que los productores comercializan con los otros actores (intermediarios o empresas) es el frijol que está fuera del acuerdo con las cooperativas para cumplir con las cuotas que les demanda ALBALINISA a las cooperativas de segundo piso, aunque en esta cadena hay menos actores compitiendo por el acopio del grano, lo que reduce los riesgos de la cooperativa de no recuperar el financiamiento y/o dejar de recibir el frijol por parte de los productores.

Aunque esta es una sub-cadena bastante articulada entre todos los eslabones y con condiciones favorables a lo interno (prestación de servicios de financiamiento, asistencia técnica y comercialización) y a lo externo (p.ej. creación de condiciones favorables por parte del gobierno); algunas cooperativas no están interesadas en participar pues han tenido experiencias negativas en los procesos de comercialización; por ej. Una cooperativa ubicada en Condega, expresó que tuvo pérdidas porque no estaban claros en cuanto a la unidad de medida usada en la transacción que es la tonelada métrica que equivale a 22 qq y ellos entendieron que eran 20 qq, perdiendo en la transacción 1000 qq (ellos entregaron 11,000 qq y solo les pagaron 10,000).

Otro elemento que algunas cooperativas toman en cuenta para no insertarse en esta sub-cadena es el hecho de que el mercado está controlado por un actor (ALBALINISA) y esto representa demasiados riesgos, puesto que si la relación con este actor falla, no se puede negociar con nadie más la comercialización del producto y esto representaría el 100% de pérdidas, ya que este producto no está dentro de las preferencias del consumidor nacional.

En otros casos los productores no pueden acceder a estas cadenas porque se encuentran con la barrera o restricción de acceder a la red de financiamiento de la sub-cadena, puesto que las cooperativas tienen una capacidad limitada de financiamiento y más aún para un cultivo que es considerado riesgoso y los productores no tienen la capacidad económica para hacerlo por sus propios medios.



4.2.3. Eslabones de acopio, procesamiento, y comercialización.

Esta cadena está integrada de adelante hacia atrás y la coordinación se hace a través de ALBALINISA; en el mapa de la cadena podemos observar que los actores que cumplen las funciones de comercialización, también cumplen las de procesamiento y acopio. En el caso de las cooperativas, el escalamiento de sus actividades y/o funciones ha sido posible por el apoyo y/o subvenciones que han recibido a través de proyectos que les han habilitado con plantas de procesamiento, procesos de capacitación en temas empresariales, alianzas con compradores, entre otros.

En el eslabón de acopio, tanto las cooperativas de primer piso como las de segundo piso cumplen con el rol de intermediación, ya que cada uno recibe un porcentaje por comercializar el frijol a los productores. Las cooperativas de segundo piso reciben el financiamiento y discuten con los directivos de las cooperativas de base o de primer piso como va a ser distribuido el crédito; este financiamiento proviene de diferentes actores (empresas comercializadoras privadas de insumos, CARUNA, fondos propios de la cooperativa, etc.). Los acuerdos de las cooperativas de segundo piso con ALBALINISA son acuerdos formales que contemplan contratos hasta por 4 años. Estas cooperativas se encargan de capacitar a los productores en temas de manejo de semilla, de las plantas; así mismo les financian paquetes tecnológicos que incluyen semilla, insumos para fumigar, fertilizar, etc. Y el seguimiento a los productores se hace a través de los técnicos de la cooperativa. Como la producción se maneja con un nivel tecnológico alto, además del asesoramiento técnico antes mencionado; el rendimiento promedio en las cooperativas es 30 quintales por manzana. Cabe mencionar que se considera que en algunas cooperativas se hace un estudio exhaustivo del uso y manejo de tecnología por municipio, considerando así las diferencias climáticas, tipos de suelos u otros factores que puedan afectar en la producción.

En el caso de los exportadores individuales, estos contratan a un técnico para que provea asistencia técnica a los productores. Esta asistencia es más puntual que en las cooperativas, pues en la mayoría de las cooperativas el técnico asiste a los productores en varios rubros, mientras que el técnico que trabaja para el exportador solo se enfoca en el rubro del frijol.

En lo que respecta al procesamiento, la mayoría de los actores cuentan con su propia planta de procesamiento que como se ha mencionado, en el caso de las cooperativas han sido habilitadas a través de la cooperación; en los casos que no tienen planta propia trabajan con socios a como es el caso de NICARAOCOOP que trabaja asociada con ASTRACODE (empresa con planta procesadora) para procesar el frijol; aunque NICARAOCOOP paga por el servicio, tiene participación directa en la planta en la parte de supervisión de calidad.



Las plantas de procesamiento significan una fuente importante de empleo para las mujeres, ya que son estas las que se encargan de realizar uno de los últimos procesos a como lo es la selección manual del grano; entre el 70 u 80% del personal en las plantas procesadoras lo constituyen las mujeres.

Los procedimientos que se efectúan en el procesamiento⁸ son los siguientes:

- El frijol es recepcionado por el jefe de la planta, quien saca una muestra de cada uno de los quintales para hacer la prueba de humedad y homogeneidad.
- Los operarios estiban los quintales que han sido previamente “curados” y a veces se deja un día en bodega para que le pase el olor de la pastilla y en ocasiones se pasa de una sola vez al procesamiento en las máquinas.
- La primera máquina por la que pasa el frijol es la pre-limpiadora que se encarga de sacar las impurezas que trae el frijol y (terrones, piedras, etc.) y le limpia el polvo.
- Luego pasa por la clasificadora por tamaño.
- Posteriormente el frijol pasa por la clasificadora por peso o máquina densimétrica (saca el frijol que es vano, liviano, etc.): el grano más pesado es el grano de primera y el más liviano es de tercera.
- La siguiente máquina es la abrillantadora/pulidora.
- Finalmente el frijol pasa al proceso de selección o escogido manual que es realizado por mujeres, en este proceso las mujeres terminan de sacar las impurezas y granos no uniformes que no fueron eliminadas por las máquinas.
- De ahí se procede al empaque y a acomodarlos en polines, protegiéndolos y emplastificándolos para depositarlos en el contenedor.

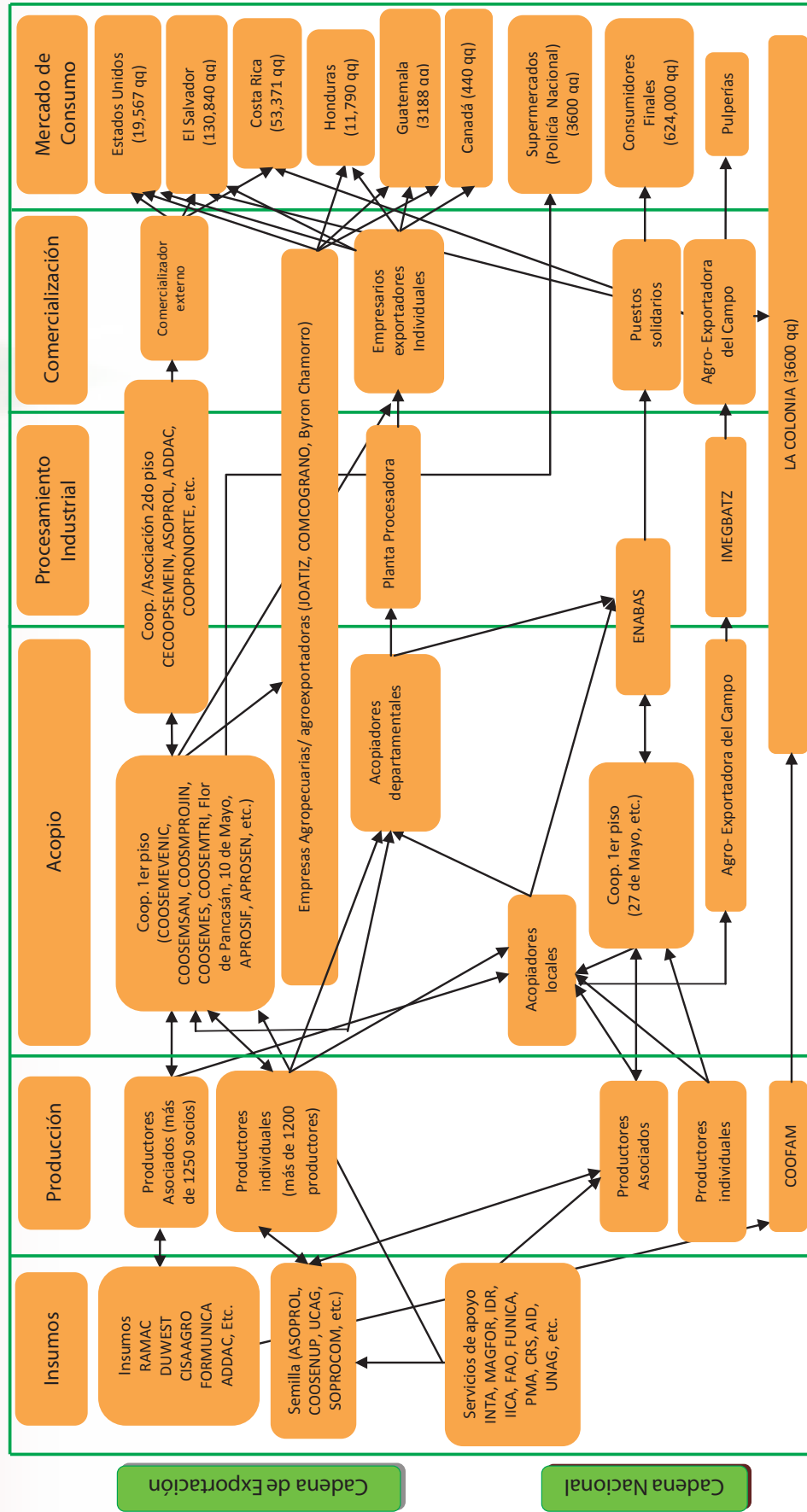
En la parte del acopio y del procesamiento uno de los cuellos de botella para las cooperativas es el tema de la medición de humedad, puesto que estas difieren de un actor a otro, ya que los aparatos para medir la humedad no tienen buena calibración por mucho mantenimiento que se les dé; esto genera problemas de desconfianza entre el productor y la cooperativa. En lo que respecta a la comercialización, se observa que los actores que participan en este eslabón son actores formales (cooperativas, empresarios y/o empresas) que tienen acuerdos formales con sus clientes y cumplen con acuerdos de cuotas con ellos.

8 Este mismo procesamiento se da en el frijol rojo.



4.3. La sub-cadena de valor del frijol rojo.

Gráfico 9: Mapa de la sub - cadena de valor de frijol rojo



Es la siguiente: Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas con actores claves e información secundaria de PYMERURAL, MIFIC, DGA, 2011



El mapa de la sub-cadena de valor de frijol rojo nos muestra una mayor cantidad de actores participando de los procesos de comercialización que la sub-cadena de frijol negro. En el mapa se dibujan dos sub-cadenas: la sub-cadena de exportación y la sub-cadena nacional. En el caso de la sub-cadena de exportación aparecen El Salvador (59.4%) y Costa Rica (24.3%) como los mercados principales de destino. Es importante mencionar que estas sub-cadenas están experimentando cambios importantes en su estructura, puesto que las medidas restrictivas para la exportación han sacado del escenario a actores como La FISE (que tiene dos años de no exportar frijol).

En lo que respecta a la sub-cadena de valor nacional aparece como actor que ejerce gobernanza ENABAS, que dentro de sus estrategias de abastecimiento tiene diferentes formas de acuerdos con los productores, una de ellas es brindar financiamiento, con fondos del Programa de gobierno “Cristiano, Socialista y Solidario” (CRISSOL), a productores organizados con cooperativas o asociaciones comunitarias, siendo las cooperativas y/o líderes los que se encargan de garantizar la recuperación del financiamiento, recibiendo el pago en granos; un segundo tipo de acuerdos es el que se basa en el establecimiento de cuotas de producto a comprar, en el cual ENABAS no ofrece ningún tipo de servicio, solo la promesa de comprar los volúmenes ofrecidos las cooperativas o grupos asociados previo a la cosecha. El tercer tipo de acuerdos que se identificó es en el que ENABAS trabaja más como un actor de una cadena productiva que de una cadena de valor, puesto que llega a las comunidades a comprar al momento de la cosecha, sin tener un acuerdo previo. Pese a este último tipo de acuerdos de ENABAS, se le deja como un actor de la sub-cadena de valor nacional de frijol rojo bajo el supuesto de que la mayoría de su producto lo obtiene a través de acuerdos “ex - ante”.

Es importante mencionar que hay otros actores como HORTIFRUTI participando en la comercialización del frijol a nivel nacional y aunque estos cumplen en los eslabones intermedios con la función de transformación del producto y la agregación de valor, no se incluyen en esta cadena porque no están cumpliendo con el rol de gobernanza con los actores de los eslabones “de atrás” (producción) en la cadena; siendo sus relaciones débiles y esporádicas, y las transacciones que realizan no difieren de aquellas que se realizan en mercados “Spot” o mercados tradicionales.



4.3.1. Eslabón de insumos y servicios

Al igual que en la sub-cadena de frijol negro, en la sub-cadena de frijol rojo hay una diversidad de actores privados y gubernamentales apoyando a los productores con la provisión de insumos y servicios a través de las cooperativas y los comerciantes locales.

En esta sub-cadena uno de los cuellos de botella en la producción de frijol de calidad es el tema del abastecimiento de semilla de calidad, puesto que uno de los requisitos para participar de las sub-cadenas de valor es entregar un producto con determinados requerimientos como la homogeneidad del grano; sin embargo, los productores aducen que en ocasiones cuando reciben semillas registradas como parte de los servicios de financiamiento de las cooperativas, estas no cumplen con los requerimiento de calidad que luego a ellos se les exige cuando entregan el frijol para la comercialización, pues la semilla no es homogénea ni en tamaño, ni en color lo que incide directamente en el producto que se obtiene en la cosecha. En ese sentido, los productores consideran que las reglas en cuanto a exigencias de calidad deberían ser iguales tanto para los productores del grano comercial como para los de semilla y aquí debe jugar un rol importante la cooperativa o asociación como garante del cumplimiento de estas reglas al momento de las negociaciones con los proveedores de semilla.

Los productores asociados reciben servicios de financiamiento, asistencia técnica y comercialización a través de las cooperativas, aunque en ocasiones, las cooperativas más que brindarles un servicio de comercialización, actúan como un intermediario más, con la diferencia de que el pago es más tardado. Los productores que no están asociados, pero que tienen tierra, pueden recibir financiamiento de las cooperativas, de los comerciantes locales o bien financiarse con las otras actividades que realizan y pueden recibir o no asistencia técnica en dependencia de las capacidades de la cooperativa con la que trabaje.

En zonas donde hay una importante concentración de producción de frijol como es la zona de El Jobo- Pancasán -Sitio Histórico en el municipio de Matiguás, la competencia por el acopio de frijol es fuerte y la decisión de los productores de venderle a uno u otro actor depende de varios elementos: por ejemplo, los que venden a las cooperativas es porque a través de estas comercializan rubros más dinámicos como cacao, café, leche, etc. En el caso de los que venden a los comerciantes locales es porque estos les dan financiamiento previo a la cosecha, al igual que las cooperativas, con la diferencia de que el tiempo de aprobación es inmediato mientras que con la cooperativa se solicita 1 ó 2 meses antes, también los comerciantes locales pagan el frijol en el momento que le entregan el producto y pide menos requisitos que la cooperativa. En el caso de los comerciantes (departamentales o transportistas) que llegan al momento de la cosecha, estos pagan de inmediato el producto y pasan lo más cerca posible de la casa del productor, pagando en ocasiones un poco más de lo que pagan los locales aunque la queja con este tipo de comerciantes es que tienen malas pesas.



En esta sub-cadena algunos productores reciben financiamiento “en especies” y otros en efectivo, pero el productor debe pagar con producto.

Los actores que prestan servicios en la cadena pueden estar participando a lo interno como es el caso de las cooperativas y porque reciben subvenciones o financiamiento para ello o bien pueden ser actores externos como las entidades de gobierno u ONG’s que tratan de incidir de manera positiva en el funcionamiento de la cadena. En lo que se refiere a los prestadores de servicios, estos son principalmente actores estatales que crean las condiciones para hacer funcionar una sub-cadena de consumo externo, creando un entorno favorable tanto para la producción, como para el acopio y la comercialización del frijol negro a través de la prestación de servicios de financiamiento, asistencia técnica y comercialización. Aunque también es importante mencionar que en esta sub-cadena, en la prestación de servicios participan actores interesados en mejorar la participación de los productores en ella (la sub-cadena) como por ejemplo, CRS, FAO, etc.

4.3.2. Eslabón de la producción

Al igual que en la cadena de frijol negro, los productores que se integran a estas cadenas lo hacen a través de las cooperativas de base, a través de relaciones de asociatividad, unas más duraderas que otras por la relación de socios de la cooperativa que además de trabajar frijol trabajan con otros rubros. En esta parte las cooperativas no promueven cambio tecnológico en el tema de introducción de nuevas variedades de semilla, que aunque tienen bajos rendimientos (entre 12 y 15 qq por mz), son las variedades que demanda el mercado (Inta Rojo, Rojo Seda y/o Estelí). El apoyo para los productores está en el financiamiento de insumos y asistencia técnica para la siembra.



Los productores entregan a las cooperativas el producto inmediatamente después de la cosecha con calidad de campo y son las cooperativas de segundo piso quienes dan el procesamiento primario (limpieza, selección/ clasificación de grano) en las plantas de procesamiento industrial. Una parte del frijol que entrega el productor es recibido como pago por el financiamiento y la otra parte se les paga cuando el cliente paga a la cooperativa de base. Además del servicio de financiamiento, la cooperativa brinda el servicio de comercialización por el cual deduce el 2% sobre las ventas al productor. El precio del producto se establece según la plaza que haya en el mercado.



A diferencia del mercado del frijol negro, en el cual los productores trabajan áreas planificadas porque tienen que cumplir con cuotas de contratos (en el caso de NICARAOOCOOP este contrato es de cuatro años con ALBALINISA); con el frijol rojo la planificación se hace de cara a cada ciclo productivo y se analiza el comportamiento que tenga el mercado en ese momento en lo que a precios se refiere; otro elemento que determina la participación de las cooperativas en estas cadenas, sobre todo en la cadena de exportación es el tema de las políticas gubernamentales que restringen la salida del producto del país para garantizar el abastecimiento nacional.

Otra característica de esta cadena es que los productores tienen una diversidad de rutas alternativas en las cuales pueden comercializar su producto, lo que hasta cierto punto les da cierta ventaja al momento de decidir con quién negociar, teniendo en cuenta además de los diferenciales de precio, los beneficios asociados que tienen con las cooperativas. Además los productores tienen la opción de sembrar más de las áreas planificadas con la cooperativa y venderlas de manera individual a través de cadenas productivas.

En el caso de los productores que trabajan con ENABAS y reciben financiamiento, la relación está mediada por la cooperativa o por líderes comunitarios; esta empresa trabaja con cooperativas que no están integradas en las sub-cadenas de exportación y con productores asociados a través de líderes comunitarios (de filiación política a fin al gobierno). Aunque ENABAS a través de su programa CRISSOL trata de incorporar a los productores en la cadena, las capacidades financieras son limitadas, por lo que no a todos los actores con los que trabaja por el lado del abastecimiento les brinda financiamiento; por ello hay cooperativas en donde solo existe un compromiso (escrito) de comprar la cantidad de frijol que las cooperativas acuerdan entregarles, en este caso es la cooperativa la que asume la parte de los servicios a los socios. Aunque hay un acuerdo de compra-venta entre ENABAS y la cooperativa, si esta última no entrega el producto con calidad de primera ENABAS lo rechaza y la cooperativa tiene que buscarle mercado a través de cadenas productivas. En este segundo tipo de acuerdos, no están claros los parámetros para medir la calidad, lo que genera inconformidad en algunos de los productores.



4.3.3. Eslabones de acopio, procesamiento, y comercialización.

Tanto el mapa de la cadena de frijol rojo como la de frijol negro refleja una integración de las actividades de acopio, procesamiento y comercialización por un actor o grupo de actores, mismos que ejercen gobernanza hacia atrás en la cadena, coordinando acciones con productores a través de relaciones más o menos estables a través de roles de asesor técnico, financiador y comercializador. El mercado de la cadena de frijol rojo es un mercado bien competitivo, dado que la mayor parte del producto (80%) va al mercado de consumo nacional y en ocasiones los precios entre la cadena de valor y la cadena productiva no difieren mucho, pero los requerimientos de calidad sí, siendo más exigente en la cadena de valor. En este punto los productores miran más ventajas de vender



en la cadena productiva, pues su producto no tiene amenazas de ser rechazado; sin embargo las cadenas productivas para los productores tienen la desventaja de que no recibe ningún tipo de servicio de otros actores, trabajan con sus propios recursos.

En lo que es el acopio, hay una cantidad de actores que interactúan en dependencia de las necesidades de abastecimiento de cada uno. En el caso de las cooperativas, la relación de acopio se hace a dos niveles, pasando primero por las cooperativas de base y luego por las cooperativas de segundo piso que son las que se encargan de realizar el procesamiento, aunque cada una realiza transacciones con otros actores tanto en el acopio como en la comercialización. En ocasiones, la central de cooperativas presta el servicio de procesamiento a las cooperativas de base y estas entregan el producto a sus clientes y en esta parte de la comercialización no participa la central de cooperativas.

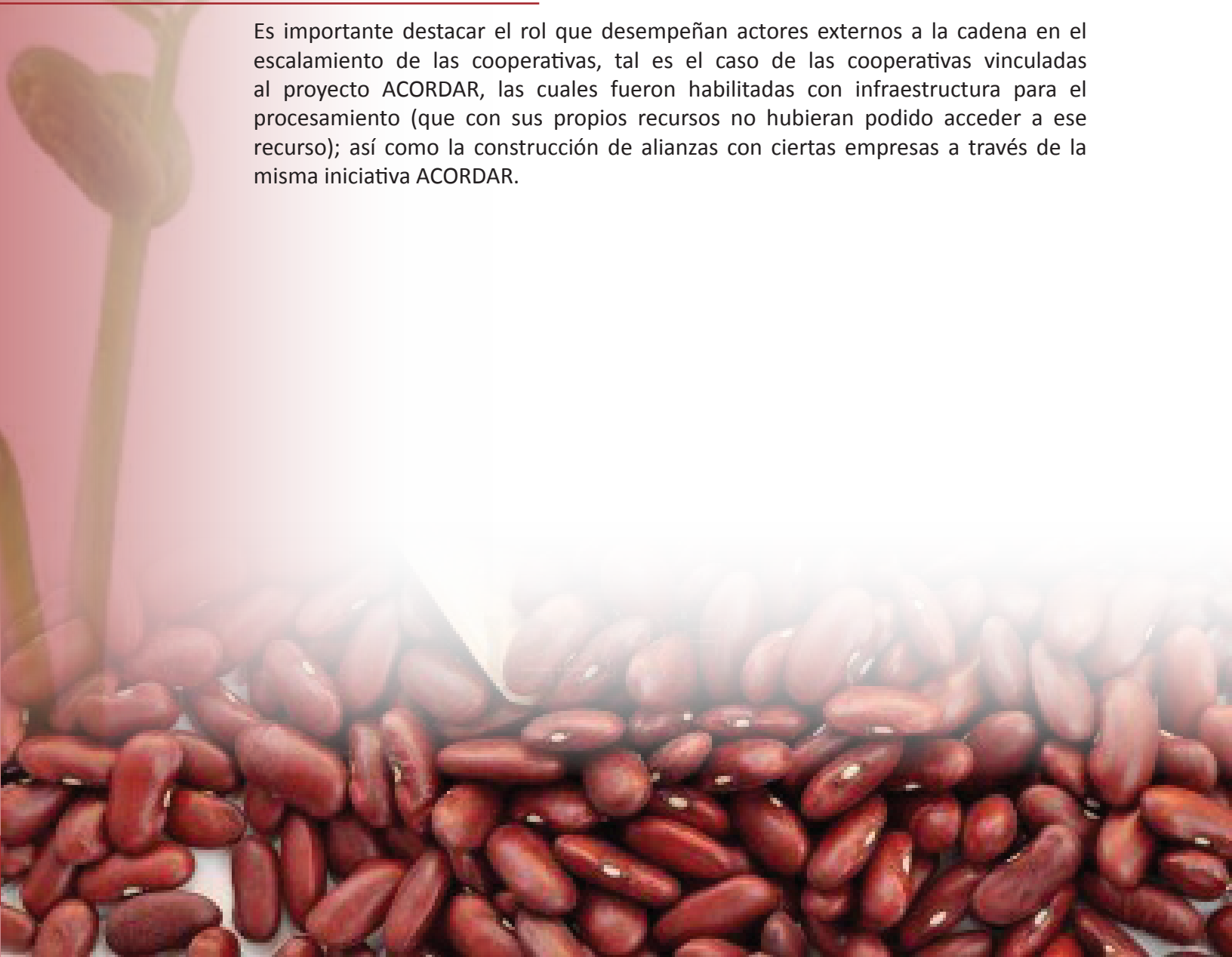
En el caso de las empresas y de los empresarios individuales, estos acopian el frijol a través de diferentes rutas (acopiadores locales que permanecen en las comunidades y que tienen conocimiento de cómo funcionan los ciclos productivos en las zonas y conocimiento de las personas los que les facilita las transacciones), a través de acopiadores locales y en ocasiones con las mismas cooperativas.

En la cadena nacional, ENABAS acopia principalmente a través de grupos de productores asociados a través de cooperativas o de asociaciones comunitarias; este es un mecanismo a través del cual ENABAS además de promover la asociatividad en torno al frijol, garantiza la recuperación de la inversión por medio de la cooperativa o de los líderes de la comunidad. Al igual que los otros actores que trabajan en las cadenas de valor, ENABAS recupera la inversión con producto y cuando al productor no le va bien en la cosecha, tiene que pagar su deuda con la producción del siguiente ciclo.



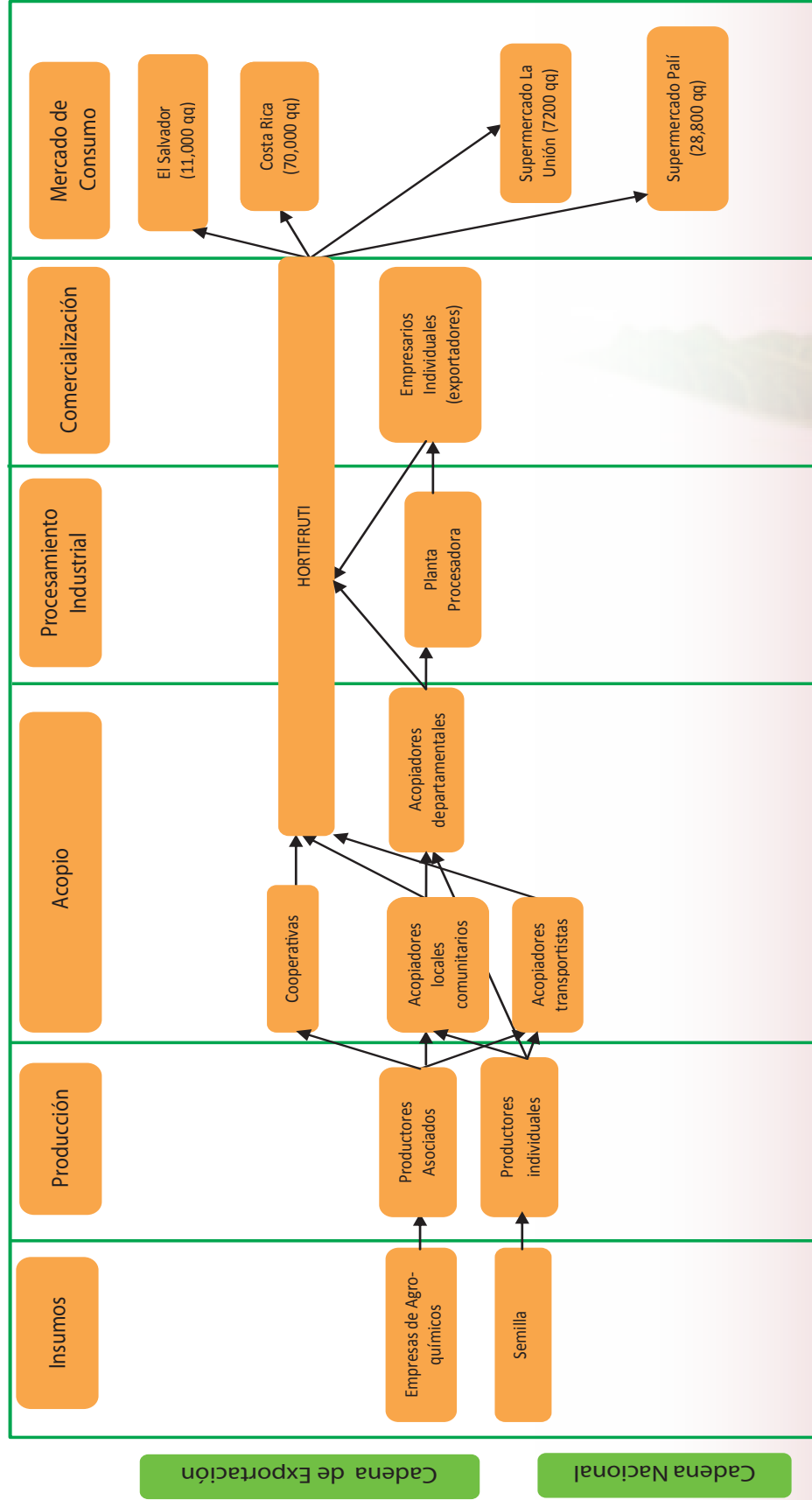
A diferencia de la cadena de frijol negro, los acuerdos de comercialización entre actores que comercializan el frijol rojo son cíclicos, es decir, que en cada ciclo se negocian las cantidades a entregar; aunque los requerimientos de calidad son los mismos. Los acuerdos duran lo que dura la cosecha, se les da financiamiento a los productores como una forma de asegurar el abastecimiento del producto, con ello la cooperativa garantiza el producto para mercados que tienen y otros que buscan. Así mismo, los productores garantizan el financiamiento de un rubro que no tiene tanto apoyo por parte del sector financiero formal.

Es importante destacar el rol que desempeñan actores externos a la cadena en el escalamiento de las cooperativas, tal es el caso de las cooperativas vinculadas al proyecto ACORDAR, las cuales fueron habilitadas con infraestructura para el procesamiento (que con sus propios recursos no hubieran podido acceder a ese recurso); así como la construcción de alianzas con ciertas empresas a través de la misma iniciativa ACORDAR.



4.4. La Sub-cadena productiva del frijol rojo.

Gráfico 10: Mapa de la sub - cadena productiva de frijol rojo



Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas realizadas con actores claves, 2011



Aunque esta cadena por el tipo de relación que hay entre los actores es una cadena productiva, se describe, porque en ella están actores formales que proyectan la imagen de estar insertos en cadenas de valor; sin embargo, se abastecen del producto tal y como lo hacen los intermediarios tradicionales, sin ningún tipo de articulación estable con los productores; las relaciones son informales. En el caso de HORTIFRUTI, este se abastece a través de diferentes rutas o canales, pero todos tienen en común que la negociación se hace hasta el momento de la transacción. Cada uno de los actores que participan en esta cadena lo hace de manera individual y no se observa la presencia de actores externos o internos que estén apoyando procesos de reconversión en los otros eslabones y menos aún en el eslabón de producción.



4.4.1. Eslabón de insumos y servicios

A diferencia de las cadenas de valor, en esta sub-cadena, la mayoría de los productores se abastecen por su cuenta de los insumos y no reciben servicios de asistencia técnica y/o comercialización. Ante la falta de recursos propios para comprar los insumos o la semilla, estos productores recurren a las redes familiares o de amistad para obtener los insumos y la semilla, e inclusive para poder acceder a la tierra cuando tienen serias restricciones, sea porque no la poseen o porque poseen pocas áreas que están siendo utilizadas en otros rubros más dinámicos.

En el caso del abastecimiento de semillas, los pequeños productores recurren al trabajo asalariado para poder comprarla y otros prestan a sus familiares, vecinos o amigos pagando bajo la modalidad de “dos por uno”, porque el productor presta un quintal y paga dos.

4.4.2. Eslabón de la producción

Los productores que participan de esta cadena lo hacen de manera individual, pues aunque estén asociados, el rubro principal de la cooperativa no es el frijol y no proporciona ningún tipo de servicio para apoyar el desarrollo de este rubro con sus asociados. En la mayoría de los casos el productor financia la actividad con la generación de ingresos que él o su familia realiza.

Al igual que en las otras cadenas el productor vende el frijol con calidad de campo y al momento de la cosecha, con la diferencia que en la transacción no se negocia ni calidades, ni grados de humedad u homogeneidad en el color y/o tamaño del grano. La negociación se basa en el precio, mismo que es pagado inmediatamente que se llega al acuerdo de compra-venta entre los actores y todos los quintales que venden son pagados al mismo precio.



Los productores que trabajan directamente con HORTIFRUTI se localizan en zonas altamente productivas como Nueva Guinea y San Sebastián de Yalí; con ellos la empresa garantiza acopiar una importante cantidad de producto en una misma zona y reducir sus costos de transacción.

4.4.3. Eslabones de acopio, transformación y comercialización

El acopio del frijol en esta cadena es realizada por una gran cantidad de actores intermediarios, incluyendo a los que llevan el producto a los mercados populares. En esta cadena se observa que hay diferentes escalas de intermediación, desde la local hasta la nacional con los exportadores que abastecen también a actores de esta cadena; aunque aquí no se mapean los comerciantes que llevan el producto a los mercados populares, también estos son parte de esta cadena.

El proceso de transformación que se realiza es primario (limpieza/ empaque) y esta función lo realizan empresas como HORTIFRUTI y La Colonia que han diseñado marcas para distribuir el producto empacado que representa para HORTIFRUTI entre el 30% y 40% de lo que comercializa a nivel nacional; estas marcas son: “Sabemas”, “Don Frijol” y “Carolina”. Al frijol que se destina al mercado de exportación, HORTIFRUTI solo realiza el proceso de limpieza y selección de grano para llevarlo a un frijol de primera calidad (grano homogéneo, sin daños en el grano, sin plagas, etc.), dado que así lo demandan sus clientes. En su planta de procesamiento HORTIFRUTI genera 60 empleos, de los cuales el 66% corresponde a empleo femenino.



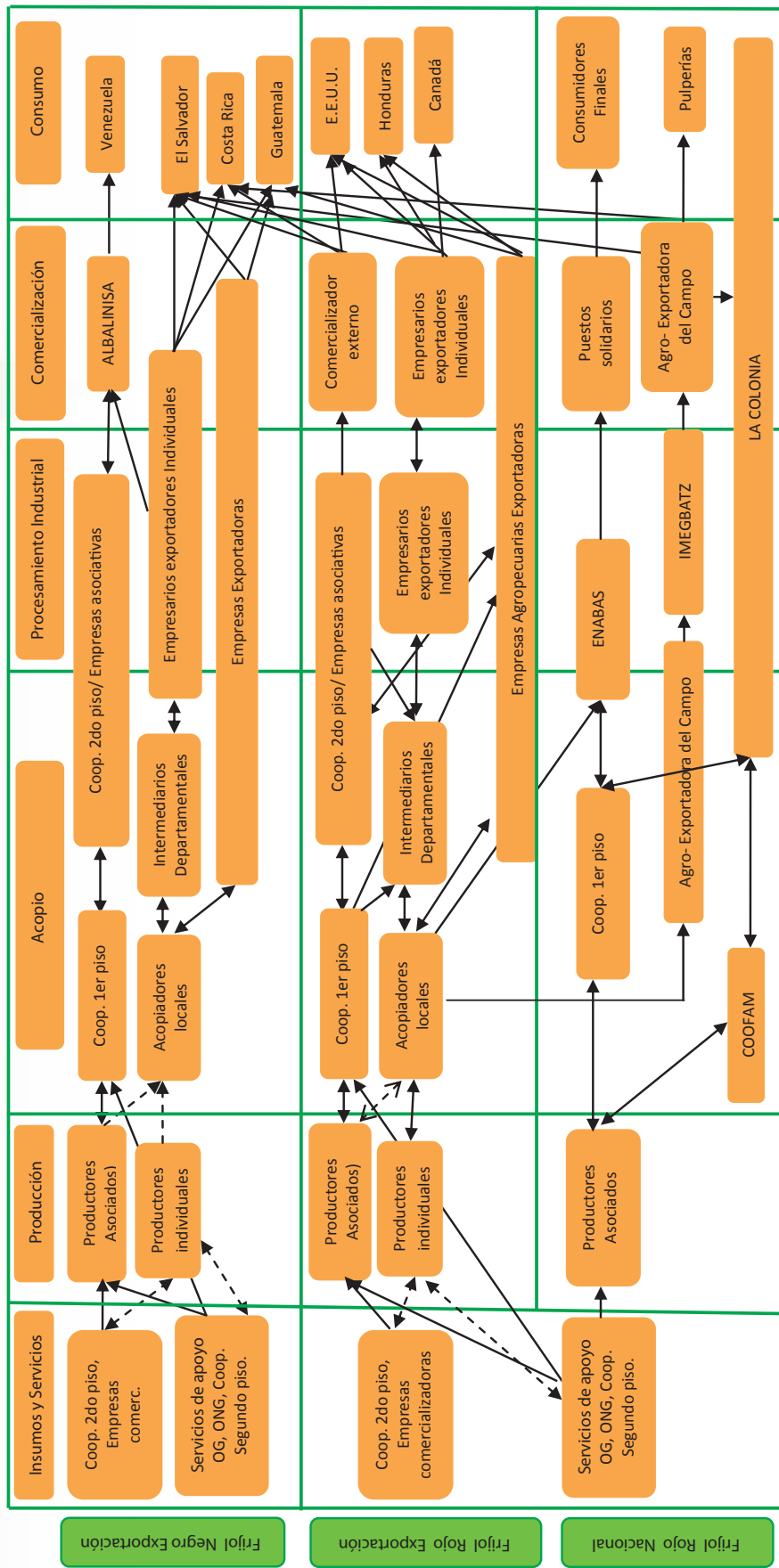
HORTIFRUTI comercializa el producto exclusivamente con miembros del grupo corporativo Wal-Mart, tanto en el mercado nacional (supermercados La Unión y Palí) como en el de exportación.

Es importante mencionar que HORTIFRUTI estuvo integrado en las cadenas de valor cuando había un actor externo (Universidad Estatal de Michigan) financiando la participación de los eslabones de producción en dicha cadena. Una vez que este actor externo desaparece la relación estable de HORTIFRUTI con los productores también; lo que pone de relieve la importancia de estos actores externos en el funcionamiento de las cadenas de valor.



4.5. Comparando las diferentes cadenas

Gráfico 11: Mapa resumen de la cadena de valor de frijol





En este mapa observamos que hay una diversidad de actores participando en las diferentes sub-cadenas de valor, que en algunos de los casos las relaciones son permanentes (flecha con línea continua) y en otras son temporales (flecha con línea discontinua); sin embargo las relaciones son de doble vía a través de acuerdos ex-ante, ya que los que están participando en los eslabones intermedios de la cadena ofrecen servicios a los productores y los productores por su parte cumplen con cuotas para abastecer a los acopiadores (sean estos locales o no).

Aunque aparentemente las sub-cadenas de exportación tienen la misma estructura por el tipo de actores que están participando, las cantidades de actores participando en la sub-cadena de frijol rojo es mayor que la del negro, pues el mercado de destino para el frijol rojo es más diverso que el de frijol negro, siendo Centroamérica su principal mercado de destino. Es importante destacar, como se explica en la sección referente a la generación de valor agregado, que en las sub-cadenas en donde las cooperativas aparecen como prestadoras de servicio y no como intermediarias, el productor recibe mayores beneficios en la distribución del valor generado, puesto que las cooperativas solo les quitan el 2% por servicios de comercialización.

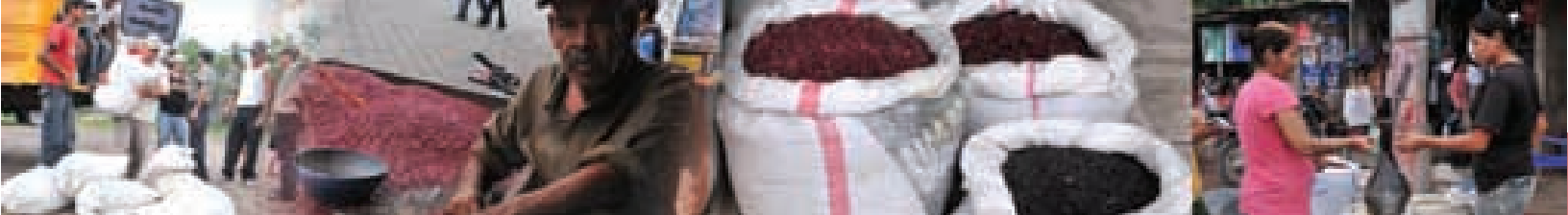
A nivel nacional hay poca integración de actores participando de cadenas de valor, dado que el mercado de oferta de frijol rojo es amplio y en general los actores de eslabones intermedios, no tienen dificultad para abastecerse en época de cosecha, por lo que no consideran invertir previamente para asegurar el producto; además que el mercado nacional no es un mercado exigente, en el sentido de demandar un producto diferenciado y es por ello que aproximadamente el 80% de lo que se produce se comercializa a través de cadenas productivas.

Es un punto común en todas las sub-cadenas que los productores vendan calidad de campo y al momento de la cosecha, esto se da porque así lo piden los acopiadores y/o comercializadores porque aseguran que el productor no le da un buen manejo al producto y esto hace que se llene de plagas, hongos, etc. Sin embargo, lo que está detrás de esto, es el tema de generación y apropiación del valor agregado y en vista de que la principal demanda de frijol es a nivel de procesamiento primario (limpieza-empaque), las empresas prefieren seguir controlando esta parte del proceso en donde se genera el valor agregado; es por ello que las empresas no promueven escalamiento en este sentido en los productores y donde se ha dado este salto en las cadenas de valor es porque un actor externo a través de cooperación o subvención ha generado estas condiciones a las cooperativas y ha promovido alianzas o acuerdos con las empresas.

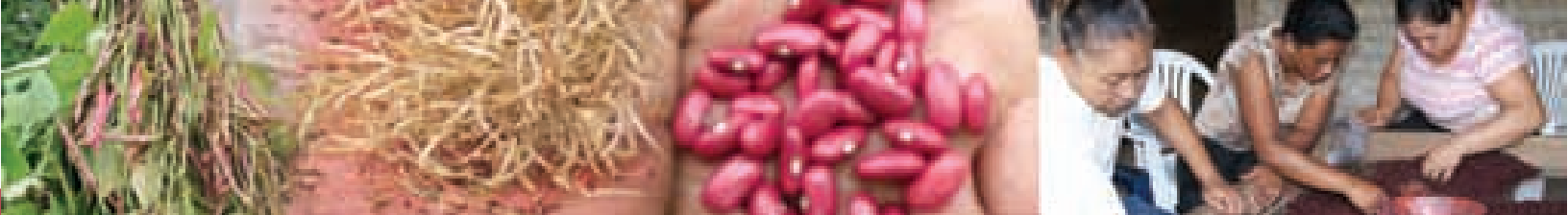


Tabla 7: Comparando las sub- cadenas

Características	Cadena de valor de frijol negro (exportación)	Cadena de valor de frijol rojo (exportación)	Cadena de valor rojo (Nacional)	Cadena productiva de frijol rojo (exportación y nacional)
Mercado	Mercado de exportación (principal mercado Venezuela).	Mercado de exportación (principal mercado centroamericano: El Salvador y Costa Rica).	Mercado Nacional (Puestos solidarios).	Mercado de exportación (Costa Rica y El Salvador). Mercado Nacional (Supermercado Palí y La Unión).
Actor(es) que ejerce(n) gobierno en la cadena	<p><u>ALBALINISA</u> coordinando a través de centrales de cooperativas y de empresas proveedoras de insumos (financiamiento, asesoría técnica, introducción de nueva tecnología en semilla, etc.).</p> <p><u>Empresarios exportadores</u>: coordina acciones a través de redes de comerciantes locales y a través de los técnicos de campo que contrata para dar seguimiento al tema del manejo y producción del frijol negro.</p> <p><u>Empresas exportadoras</u> coordina acciones a través de las cooperativas o grupos de productores individuales.</p>	<p><u>Centrales de Cooperativa</u> coordinando acciones a través de los servicios de financiamiento, asistencia técnica y comercialización.</p> <p>Las cooperativas que ejercen Gobierno, son centrales de cooperativa que han recibido subvención para escalar en la cadena.</p> <p><u>Empresarios exportadores</u>: Al igual que en la cadena de frijol rojo coordinan acciones a través de sus redes de comerciantes locales brindando financiamiento sin cobrar intereses.</p> <p><u>Empresas exportadoras</u>: Las acciones de financiamiento a los productores son coordinadas a través de cooperativas que son subvencionadas por proyectos como ACORDAR.</p>	<p><u>ENABAS</u>: Promoviendo la asociatividad vía cooperativas y asociaciones comunales/ locales a través de apoyo crediticio.</p> <p>La Colonia: Coordina acciones a través de la compra constante y de la relación de fidelidad con sus proveedores (empresas y cooperativas)</p>	No hay actor(es) que ejerzan gobernanza en la cadena



Características	Cadena de valor de frijol negro (exportación)	Cadena de valor de frijol rojo (exportación)	Cadena de valor rojo (Nacional)	Cadena productiva de frijol rojo (exportación y nacional)
Actores participando en los eslabones intermedios	Cooperativas de Base o de primer piso y centrales de cooperativas. Empresas. Empresarios individuales.	Cooperativas de Base o de primer piso y centrales de cooperativas. Empresas. Empresarios individuales.	Acopiadores locales. Acopiadores departamentales. Organizaciones comunales o cooperativas. ENABAS. Empresas. Supermercados.	Acopiadores locales comunarios. cooperativas Acopiadores departamentales. Acopiadores transportistas. Empresas Empresarios individuales
Actores que participan en la producción	Actores asociados (productores cooperados con relación permanente con la cooperativa y productores que tienen relaciones de corto y mediano plazo de cara a épocas de cosecha)		Productores asociados, que no tienen financiamiento de las cooperativas y que encuentran en ENABAS la posibilidad de financiar un producto considerado riesgoso para las micro-financieras.	La mayoría son productores individuales que financian sus actividades con sus propios recursos. En general, los comercializadores buscan zonas altamente productivas. Los productores pobres rurales se insertan en estas cadenas a través de la venta de excedentes.



Características	Cadena de valor de frijol negro (exportación)	Cadena de valor de frijol rojo (exportación)	Cadena de valor rojo (Nacional)	Cadena productiva de frijol rojo (exportación y nacional)
Tipo de acuerdos entre actores	<p>Acuerdos formales y estables entre clientes-acopiadores y productores (hasta 4 años de contrato).</p> <p>Las cuotas y condiciones del arreglo se negocian al inicio del contrato.</p> <p>Los productores están comprometidos a entregar cuotas de productos bajo un acuerdo previo de financiamiento.</p>	<p>Acuerdos cíclicos entre actores (se hace de cara a la cosecha).</p> <p>Las relaciones entre cooperativas y sus asociados se basan en el precio y servicios asociados a la producción (asistencia técnica, financiamiento y comercialización).</p> <p>Los productores están comprometidos a entregar cuotas de productos bajo un acuerdo previo de financiamiento.</p>	<p>Acuerdos cíclicos entre actores.</p> <p>Los productores están comprometidos a entregar cuotas de productos bajo un acuerdo previo de financiamiento.</p>	<p>No hay acuerdos previos entre actores.</p> <p>La relación se basa en la transacción del momento, se negocia sobre la base del precio.</p>
Peso porcentual del flujo de producto por cadena.	Las cadenas de exportación mueven menos del 3% del frijol producido a nivel nacional.		Se estima que en esta cadena se mueve aproximadamente el 15% de la producción nacional.	La cadena productiva mueve aproximadamente el 80% de la producción nacional, correspondiendo a Hortifruti aproximadamente el 3% de esta comercialización entre lo que mueve a nivel nacional y lo que va al mercado de exportación.
Barreras de entrada para los pobres en la cadena	<p>Acceso a tierra propia: las cooperativas realizan acuerdos con productores organizados o individuales propietarios de tierra.</p> <p>Asociatividad: los productores tienen redes organizativas formales o informales a través de las cuales establecen relaciones con la cooperativa.</p>		Acceso a tierra y a semilla de buena calidad	<p>Acceso a tierra.</p> <p>Generación de excedentes para comercialización.</p> <p>Tensión por mano de obra con otras actividades.</p>

Fuente: Elaboración propia en base a descripción de las sub-cadenas, 2012



El frijol, a diferencia de los lácteos o inclusive el maíz, no es un producto que sufra importantes transformaciones en el procesamiento, dado que el mercado consumidor lo demanda de esa manera. El valor que se le agrega en el procesamiento es generado en los eslabones intermedios y requiere de una infraestructura costosa, a los cuales los productores solo han tenido acceso a través de las centrales de cooperativas que han sido subvencionadas por la cooperación. Los pocos procesos de transformación que sufre el frijol que es donde se genera una buena parte del valor agregado en términos de transformación hace que los sectores empresariales creen barreras a los sectores productivos para acceder a estos eslabones, por ello el tema de comprar calidad de campo y al momento de la cosecha.

La asociatividad (cooperativa o grupos asociados) es clave para participar de las sub-cadenas de valor, pues participar en cadenas de valor significa cumplir con acuerdos de cuotas y plazos que de manera individual es difícil darle seguimiento; además de esta manera las cooperativas pueden darle seguimiento a la recuperación del crédito y organizar de mejor manera la asistencia técnica.

El funcionamiento de las diferentes cadenas (tanto de exportación como nacional) evidencia que la integración de los productores en las sub-cadenas de valor se logra a través de la intervención de actores externos que a través de la cooperación crean las condiciones para que sectores asociados de productores escalen en funciones y se integren a eslabones intermedios en la cadena.

Aunque es difícil calcular el flujo de producto que pasa por cada una de las cadenas, las estimaciones del volumen comercializado en las cadenas de valor son optimistas, ya que este se aproxima al 20% del total de volumen producido en el país; teniendo el peso más relevante ENABAS con aproximadamente el 75% de dicha comercialización. La participación de este actor en el mercado le abre un espacio importante en cuanto al establecimiento de los precios.



V- Ubicación de los pobres en las sub-cadenas de frijol

La información presentada en esta sección se obtuvo utilizando una metodología participativa a través del ejercicio de Rango de Bienestar, que permite plasmar la percepción que tienen los actores locales acerca de la situación de pobreza de las familias rurales y los mecanismos de inserción de éstas en las diferentes dinámicas del territorio. Con esta metodología, los informantes claves clasifican en estratos socio-económicos a las familias utilizando sus propios criterios, siendo los criterios generales utilizados el acceso a recursos y las estrategias de las familias para generar ingresos. Uno de los elementos que sobresale para realizar esta estratificación es el del acceso a tierra, ya que por medio de esta se participa de las dinámicas económicas de las zonas rurales, entre ellas las agrícolas, como la siembra del frijol. El acceso a tierra representa el elemento clave para ser o no ser “frijolero”.

Tabla 9: Segmentos sociales que participan en la producción y/o comercialización de frijol

Segmento	Principales recursos y actividades económicas que los caracterizan
No pobres	<ul style="list-style-type: none"> - No tienen limitaciones para acceder a la tierra. - Solo trabajan en la tierra propia. - Actividades económicas diversificadas, siendo su principal actividad la ganadería. - Poseen infraestructuras. - Capacidad económica para contratar mano de obra. - Solo trabajan por cuenta propia.
Sectores medios	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso a tierra cada vez más restringido. - Trabajan en tierra propia y alquilada y/o prestada. - Actividades económicas diversificadas, siendo su principal actividad la agrícola. - Limitada capacidad para contratar mano de obra. - No venden fuerza de trabajo.
Pobres	<ul style="list-style-type: none"> - Algunos no tienen tierra y otros tienen poca (menos de 3 mzs). - Alquilan tierra. - Su principal actividad económica es la asalariada (principalmente en actividades agropecuarias).

Fuente: Elaboración propia en base a información obtenida con los ejercicios de “Rango de Bienestar” en comunidades de Matiguás y Río Blanco, Enero, 2012.



El sector identificado como los *no pobres* son personas que para los informantes poseen suficiente tierra (más de 15 manzanas), no tienen restricciones para ampliar las actividades que realizan, sea por la introducción de nuevas actividades o bien por la ampliación de las que ya realizan.

Las actividades económicas a las que se dedican son actividades propias y además de las actividades agropecuarias, algunos se dedican al comercio (ganado o granos), teniendo como recursos medios de transporte propios. Son productores diversificados; trabajan con rubros de alto valor (ganado, café, cacao), aunque su rubro principal es la ganadería. En el caso del frijol, tratan de garantizar la disponibilidad del grano para auto-consumo y para alimentación de los mozos permanentes y temporales que contratan, tanto para las actividades agrícolas como pecuarias. Solamente cuando el frijol tiene buen precio en el mercado, es cuando siembran con una lógica comercial e incrementan las áreas de siembra.

Estas personas dan tierra en alquiler a los estratos medios y pobres; en ocasiones los arreglos de pago son en efectivo, pero en otras ocasiones es a cambio de mano de obra y en la misma área que el productor va sembrando el frijol, también va sembrando pasto; lo que significa para el siguiente ciclo menos área disponible para el/la que alquila. También este sector cede tierra a los mozos o trabajadores permanentes para que siembren frijol y maíz.

Este segmento de productores, al tener acceso a diferentes medios de producción, acceden a fuentes de financiamiento formal (bancos, micro-financieras) y no formal (comerciantes locales o departamentales o prestamistas independientes).

Los *sectores medios* son productores/as identificados como propietarios de tierra (5-15 mzs); al igual que el grupo anterior su cartera de actividades económicas es diversificadas (café, cacao, musáceas, tubérculos, granos básicos, crianza de ganado menor, etc.) con la diferencia de que en la medida en que establecen cultivos permanentes como el cacao o el café enfrentan tensiones tanto de acceso a tierra propia para sembrar el maíz y/o el frijol como de acceso a mano de obra.

Las tensiones por la tierra se dan porque en la medida en que establecen actividades de alto valor como el cacao o café, las posibilidades de sembrar los granos básicos en tierra propia disminuyen, por lo que recurren al alquiler o a la mediería. Generalmente estos productores tienen redes vecinales o familiares para acceder a tierra no propia.

Este grupo social no vende su fuerza de trabajo, no porque no lo necesiten, sino porque la mano de obra familiar disponible la utilizan en las actividades propias y en ocasiones no es suficiente, sobre todo en la época de siembra de granos básicos y en períodos de cosecha de los diferentes cultivos que trabajan, por lo que recurren a contratar mano de obra temporal.



Según observaciones de los/las productores/as tanto en los ejercicios de Rango de bienestar como en los grupos focales, los costos para acceder a tierra vía alquiler y a mano de obra contratada cada vez son mayores, puesto que al haber cada vez más familias demandando tierra (jóvenes, medianas, etc.) y haber cultivos que demandan mano de obra constante (chapia de potreros, cortes de café, etc.) los precios se han incrementado.

Algunos de los miembros de este grupo incursionan en las actividades ganaderas; sin embargo por las pocas áreas de tierra que poseen no se pueden extender en esta, manejando pocas reses (máximo 5). También las mujeres que pertenecen a este grupo trabajan en la crianza de ganado menor (gallinas y cerdos) para comercializar.

El segmento de los *pobres* es un grupo de familias que no poseen tierra propia, solo el solar donde viven y en ocasiones ni el solar puesto que son trabajadores en las fincas y están posando o cuidando dichas fincas. Algunos de los que pertenecen a este grupo tienen poca tierra (menos de 3 mzs) que las destinan para la siembra de granos básicos.

En este grupo hay un importante segmento de familias jóvenes recién formadas que por no haber recibido herencia y por no tener ningún tipo de acumulación, la única forma de acceder a la tierra es a través del alquiler o la mediería.

El trabajo asalariado es la principal fuente de ingresos de estas familias a lo largo del año, realizando diferentes actividades, tanto en labores pecuarias (chapia de potreros, siembra de pastos, ordeño, etc.) como agrícolas (cortes de café, siembra de hortalizas, etc.) tanto en la comunidad como fuera de ella. Esta fuente de ingresos es importante para sufragar los gastos diarios en el hogar, pero también para garantizar el pago del alquiler de la tierra para la siembra de maíz y de frijoles.

Si bien es cierto que el costo por manzana que pagan en alquiler es alto (entre C\$ 1,000 y C\$ 3,000 dependiendo de la zona donde se alquile), estas familias, según comentaron en los grupos focales, valoran mucho el poder sembrar frijoles por sus propios medios porque es una forma de asegurar el frijol en su mesa, pues nadie les garantiza que van a tener dinero a lo largo del año para poder comprar el grano o que este va a estar disponible en la comunidad.

Para este grupo el acceder a tierra alquilada cada vez es más difícil, puesto que la demanda por la tierra es mayor cada día y la oferta de esta es más restringida y/o más costosa. A diferencia del grupo anterior sus redes sociales no son tan estables, pues o son jóvenes o no son de la zona o bien no tienen garantías que respalden sus arreglos con los otros en lo referente al acceso a tierra e inclusive a financiamiento; por lo que su situación es difícil y en ocasiones hasta se quedan sin sembrar por no haber llegado a acuerdos con los/las dueños/as de la tierra.

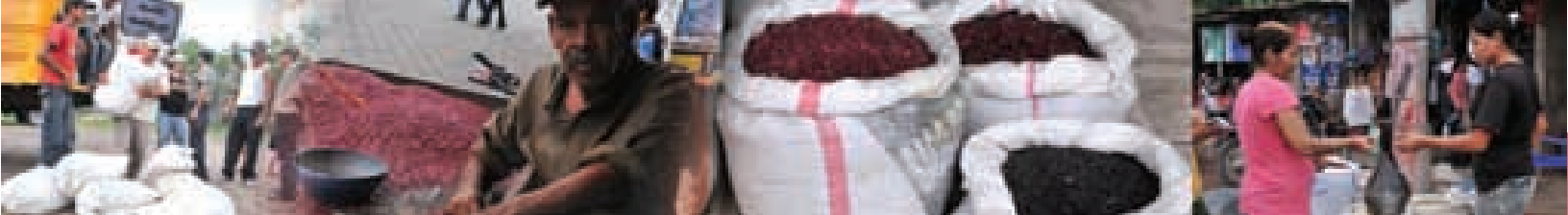


Tabla 10: Participación de los diferentes segmentos sociales en la comercialización de frijol

Segmento	Sub-cadena de valor de exportación	Sub-cadena de valor nacional	Sub-cadena productiva
No pobres	No	No	Sí
Sectores medios	Sí	Sí	Sí
Pobres	Sí	Sí	Sí

Fuente: Elaboración propia en base a información obtenida con los ejercicios de "Rango de Bienestar" en comunidades de Matiguás y Río Blanco, Enero, 2012.

Las sub-cadenas de valor de exportación y nacional acopian el frijol principalmente a través de estructuras organizadas (cooperativas o líderes locales) y en algunos casos a través de comerciantes locales. Para que un productor pueda participar de estas tiene ser parte de una organización formal o tener establecidas buenas relaciones con los líderes locales o tener garantía de que va a cumplir con los acuerdos que establece con el intermediario local o prestador de servicios y esta garantía la representa la tierra, pues un productor que no tiene tierra no puede garantizar que va a acceder a ella y si le va mal en el ciclo mucho menos que garantice que va a acceder a esta en el siguiente ciclo.

Es por ello que los sectores pobres participan en las cadenas productivas; pues no tienen posibilidad de establecer acuerdos previos con los compradores y negocian hasta el momento de la venta. Cuando obtienen al menos 8 quintales de frijoles por manzana, una parte la venden (para reponer lo pagado en alquiler de tierra o pagan con producto en dependencia del arreglo) y otra parte la almacenan para autoconsumo; en ocasiones no pueden almacenar para el consumo y tienen que comprar el grano.

Los sectores medios y no pobres pueden participar de cualquiera de las cadenas, pues los precios no difieren mucho al momento de la cosecha. Los productores que están organizados o recibieron financiamiento previo a la producción o a la cosecha, venden una parte de la cosecha por este canal y si el precio está mejor por los circuitos comerciales de las sub-cadena productivas, venden en esta. Una característica importante de estos grupos es que no venden todo al momento de la cosecha, pues la diversidad de actividades económicas en las que participan les permite tener cierta solvencia económica para almacenar y vender parte de la cosecha en la misma localidad en momentos que el frijol es escaso en la comunidad.



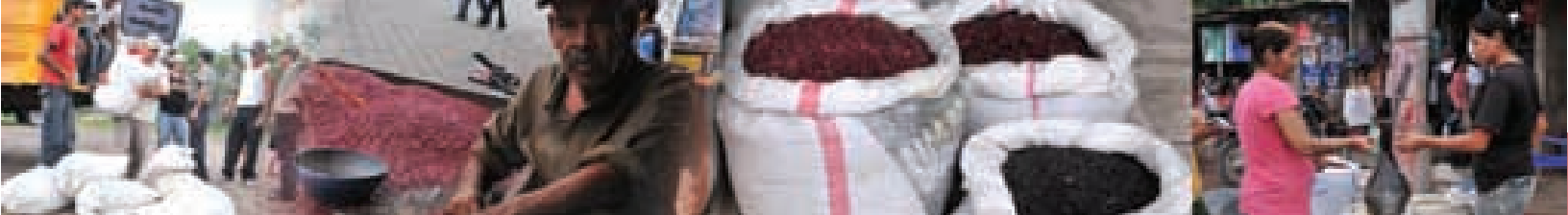
Tabla 11: Principales bloqueos o barreras para los segmentos sociales en la producción y/o comercialización de frijol

Segmento	Bloqueo				
	Tierra	semilla	Insumos	Mano de obra	Organización
No pobres	Sin problemas de acceso a la tierra.	Semilla certificada a veces no cumple con los requerimientos de calidad	Carestía de los insumos	Altos costos en mano de obra.	No tienen
Sectores medios	Limitaciones para ampliar sus actividades.			Las actividades del frijol compiten con actividades de otros rubros.	- Pagos en cooperativa son ineficientes. - Tienen poca capacidad de negociación.
Pobres	Aumento del precio de la tierra y las formas de pago restringen la producción de frijol.	- No acceden a semilla certificada.	Poca aplicación de insumos por la falta de recursos.	No tienen posibilidad de pagar mano de obra.	No tienen acceso a las redes que posibilitan participar en cadenas más dinámicas.

Fuente: Elaboración propia en base a información obtenida con los ejercicios de "Rango de Bienestar" en comunidades de Matiguás y Río Blanco, Enero, 2012.

El participar en cadenas más dinámicas está asociado a la tenencia de la tierra que es la garantía para establecer acuerdos con los actores de eslabones intermedios, por lo que para los sectores pobres es difícil acceder a estas. Además que tienen serias limitaciones para acceder a la tierra, porque las formas de pago presionan economía (1 mz hasta 2,000 ó 3000 córdobas que se pagan por adelantado). Otra limitante de este sector es que por la poca cantidad de insumos, sumado a los problemas climáticos, no producen suficientes excedentes para poder competir con los requerimientos de calidad.

En lo que respecta al tema de semilla para los sectores medios y grandes que participan en sub-cadenas de valor el bloqueo está en el acceso a semilla de calidad, puesto que al momento que la compran, aunque está certificada el grano no es homogéneo, ni cumple con las características para producir la calidad de frijol que demanda el mercado, por lo que los productores consideran que se debe ser más exigente al momento de comprar la semilla para de esta manera ir mejorando la calidad de la producción desde la siembra. Estos dos sectores no tienen problemas para abastecerse de semilla, pues tienen opciones para comprarla o prestarla.



Para los sectores pobres el tema del abastecimiento de semilla es más difícil que el de los otros sectores, dado que por la poca disponibilidad de recursos económicos no puede acceder a semilla certificada y la que consigue prestada o comprada no es una semilla de calidad, aunque esto de la calidad, a diferencia de los otros dos sectores para este segmento no representa un problema pues su mercado no es tan exigente en este punto.

Estrategia alimentaria de las familias rurales y la importancia del frijol en las mismas

El participar en la producción de frijol es importante dentro de las estrategias de vida de las familias rurales, independientemente del estrato económico al que pertenecen, ya que este es un rubro que está en la dieta básica de las familias, especialmente en las familias rurales, y como tal está integrado en las actividades económicas que realizan, sean estas diversificadas o no. Aunque es importante mencionar que la lógica con la que participan de esta producción dichas familias difiere de un estrato a otro.

En el caso de los estratos bajos o sectores pobres, estos aunque se enfrentan cada vez más a serias restricciones de acceso a tierra, diseñan estrategias para poder acceder a este recurso que es clave para poder considerarse productor de frijol o no. La lógica de este sector es principalmente asegurar la disponibilidad del frijol para el consumo, aunque también tienen la visión de vender el excedente. En este estrato, después de la actividad asalariada, la siembra de frijol y maíz representa su principal actividad dentro de sus estrategias de vida.

Para los sectores medios, la lógica de participar en la siembra de frijol combina una visión de generar seguridad alimentaria en el hogar con una visión de generar renta; pues parte de lo que cosechan lo almacenan para autoconsumo y para la alimentación de sus trabajadores temporales y buena parte la venden. Estos sectores se enfrentan con restricciones de acceso a tierra y mano de obra para trabajar con frijol, puesto que este rubro, a como se ha dicho anteriormente, compite con actividades más dinámicas y de alto valor en el mercado como el café, el cacao y la ganadería.

En el caso de los sectores no pobres, la lógica de la siembra de frijol cuando el precio es bajo es garantizar el autoconsumo, pero principalmente la generación de alimento para los trabajadores permanentes y/o temporales; y cuando el frijol tiene buenos precios, sembrar más áreas para comercializar. Estos sectores, generalmente, no se enfrentan a problemas de mano de obra, pues la pagan con las otras actividades que realizan o bien negocian con los otros sectores, principalmente los que no poseen tierra, el intercambio de esta por acceso a tierra.

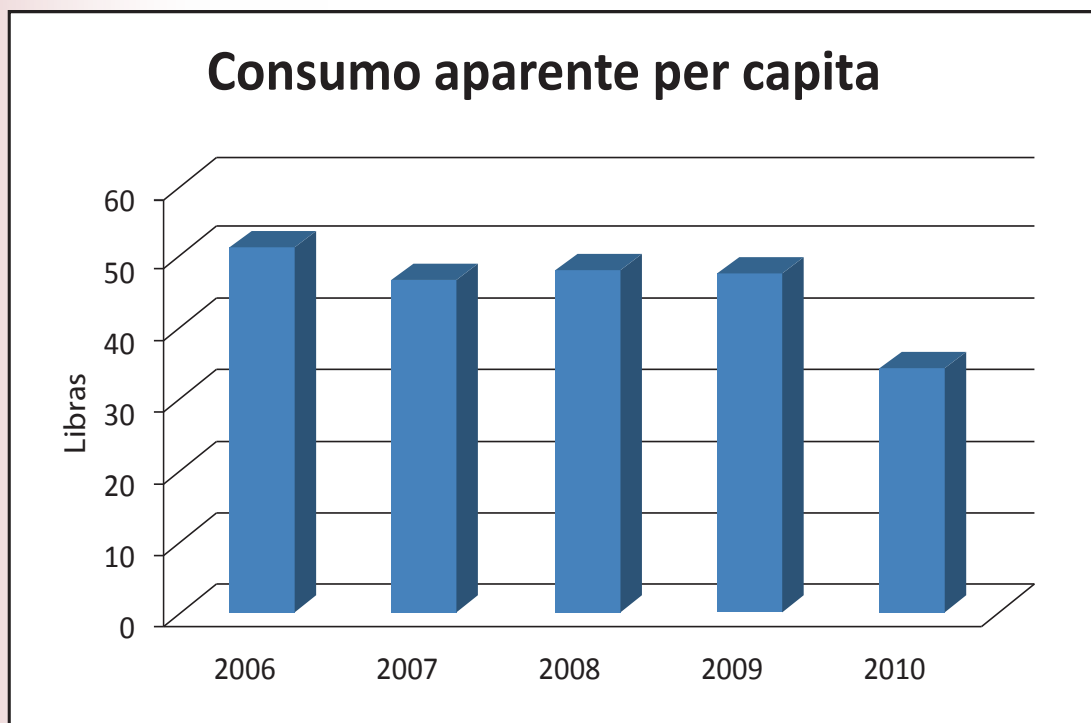


VI- El frijol en la seguridad alimentaria y nutricional de las familias rurales pobres.

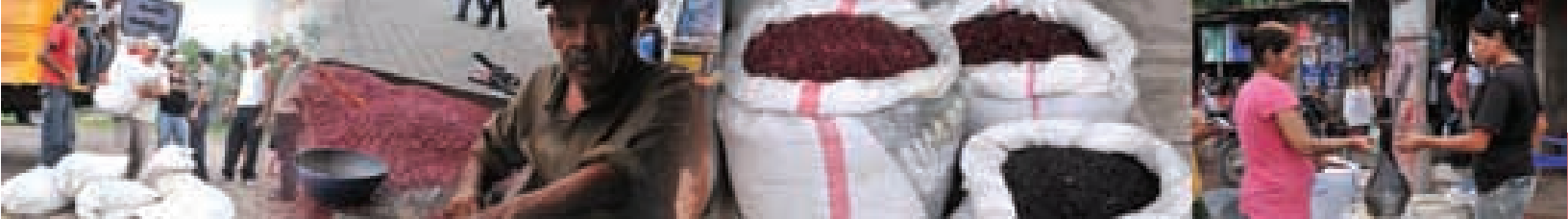
Las preferencias de consumo nacional de frijol están muy marcadas hacia el frijol rojo ya sea dentro de las familias más pobres como dentro de familias con un nivel económico mayor. Los datos muestran un deterioro del consumo aparente a partir del 2006 (producción + importación- exportación/ población). El deterioro se explica por el estancamiento ya señalado de la producción de frijol a partir del 2003 y el crecimiento natural de la población rural.

Sin embargo esta disminución del consumo tiene otras posibles causas como es el aumento del precio de los alimentos. En el 2007 la crisis intensificó las dificultades del acceso a alimentos que las familias pobres tenían. Por lo que muchas de ellas tuvieron que sustituir los frijoles por otro producto de menor valor. A su vez este cambio forzoso conlleva a que hubiese cambios en la dieta (gustos y preferencias) de las familias. Que se ve reflejado en la disminución del consumo por parte de la población

Gráfico 12: Evolución del consumo aparente del frijol



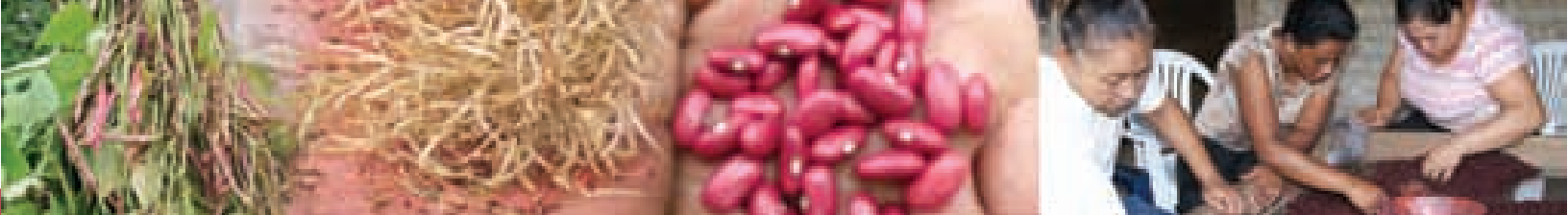
Fuente: Elaborado en base a datos del MIFIC



En el ámbito centroamericano Nicaragua es el mayor consumidor per-cápita de frijol rojo (50 lbs/anuales vs 24 lbs/anuales del país centroamericano más cercano) lo que significa que el frijol aporta una cantidad importante de las calorías necesarias que se requieren para subsistir; es decir, en la dieta nicaragüense existe una alta dependencia del frijol como fuente de calorías. Por lo que la reducción del consumo aparente per cápita de frijol refuerza el señalamiento anterior de la necesidad de mejorar la producción de frijol a nivel nacional tomando en cuenta que ya no es posible incrementar la producción por la vía del aumento de las áreas sino por la vía de un mejoramiento de los rendimientos y minimizando los efectos negativos del cambio climático.

Con el aumento en el rendimiento por manzana se pretende tener un stock de producción suficiente para abastecer la demanda interna y el mercado de exportación. El objetivo de aumentar la cantidad exportada es para conseguir mejores precios externos, lo cual genera una externalidad positiva en el ingreso de los productores; asegurando a estos últimos mayores ingresos. El aumento del ingreso de los productores dará mayor disponibilidad de recursos para que las familias campesinas puedan acceder a alimentos ricos en nutrientes necesarios para vivir, además de asegurar el stock de producción necesario para el autoconsumo.





VII- El valor agregado en la cadena.

En este estudio, cabe señalar que el análisis de la generación de valor agregado llegará hasta el comercializador puesto en frontera, debido a lo difícil que ha sido conseguir información para hacer el cálculo hasta la mesa del consumidor final.

Generación de valor agregado por eslabón

El cuadro siguiente muestra como es generado el valor agregado por cada uno de los eslabones que componen la sub-cadena, donde se puede observar claramente que la producción primaria es la que genera la mayor parte del valor total. Aunque también no podemos desestimar que pese a que el frijol no sufre importantes transformaciones en el procesamiento, en esta fase se genera un poco más de un tercio del VA, ya que el procesamiento que se le da; es decir limpieza, clasificación y empaque generan un plus al producto final.

Tabla 12: Valor Agregado Generado por cada Eslabón
(Valores calculado para 1 manzana)

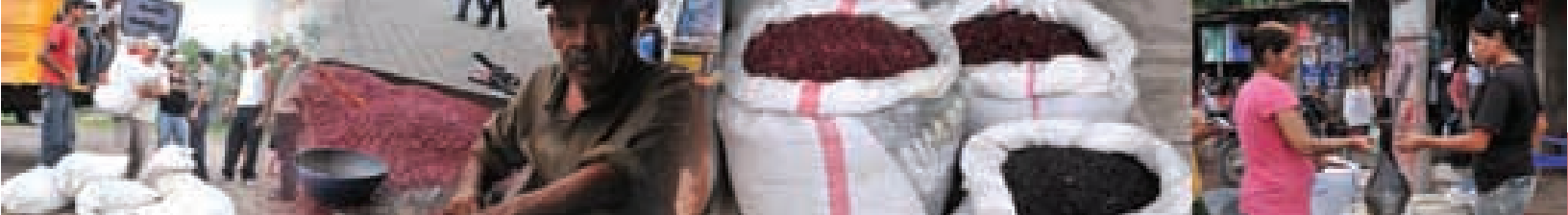
Eslabón	Cadena de valor de frijol rojo para la exportación Con intermediación de COOPERATIVAS				Cadena de valor de frijol rojo para la exportación Con intermediación Individual	
	<i>Tecnología Arado¹</i> (Córdobas)	%	<i>Tecnología Espeque+insumos²</i> (Córdobas)	%	<i>Tecnología Espeque+insumo</i> (Córdobas)	%
	Valor agregado en producción ¹	6,643.1	57	3,325.732	49	3,507.625
Valor agregado en Intermediación ²	-	-	-	-	847	11
Valor agregado en Procesamiento ³	4,336	37	2,880	43	3,050	38
Valor agregado en Comercialización ⁴	774	7	516	8	650	8
Valor agregado Total ⁵	11,753	100	6,722	100	8,055	100

¹Rendimiento estimado para 1 manzana en tecnología "Arado" 18 quintales por manzana.

²Rendimiento estimado para 1 manzana en tecnología "Espeque + insumo" 12 quintales por manzana.

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas realizadas a cooperativas y productores en Matagalpa, 2011-2012⁹

9 Los costos de producción utilizados para el cálculo del valor agregado en el caso de la cadena con intermediación de cooperativas, fueron brindados por las mismas cooperativas en base a los registros que llevan sobre el financiamiento tecnológico que brindan. En el caso de la cooperativa con intermediación individual, los costos de producción fueron recolectados por entrevistas a profundidad realizadas en unas comunidades de Matiguas. Los datos sobre costos de procesamiento fueron recolectados en algunas entrevistas a profundidad realizadas a plantas procesadoras.



Sin embargo si el frijol tuviese sub productos con un mayor procesamiento, estos podrían ampliar el VA total generado en la cadena. Pero ahí ya entrarían en juego nuevos actores en el proceso.

En el caso de países desarrollados el frijol posee sub productos con un proceso que genera mayor transformación a la producción primaria, por ende el valor agregado generado es mayor. Dentro de estos subproductos existen marcas como “Goya” que ofrecen una gama de subproductos para los diferentes gustos y preferencias de los consumidores. Tales como: frijoles charros, frijoles molidos, frijoles con chile, etc.

Todos estos frijoles ya no necesitan ningún proceso adicional sino que están dirigidos para el consumidor inmediato final. En muchos países este tipo de productos son los más demandados por los consumidores, ya que los productos enlatados forman parte primordial dentro de su dieta, porque les permiten disminuir el tiempo utilizado para preparar alimentos. Porque para ellos el tiempo es oro.



Sin embargo en países como Nicaragua, la industria del frijol sigue siendo un mercado no incursionado, lo que nos deja muchos rezagos en comparación con otros productos. Pero se puede considerar un mercado altamente potencial por explotar. Cabe hacer la salvedad que dentro de la dieta nicaragüense los productos enlatados no tienen tanta demanda como en otros países; al contrario los nicaragüenses prefieren consumir alimentos frescos y que ellos mismos puedan preparar.

Por ello, es necesario enfocarse en abastecer la demanda interna y de la región. En este sentido la productividad es primordial para alcanzar este objetivo, por ello el factor tecnológico sigue siendo fundamental en la producción, debido a que este es el puntero que determina el rendimiento que se obtiene por manzana. Como muestra el cuadro, a medida que se implementa un mayor nivel tecnológico los rendimientos por manzana aumentan y el valor agregado generado por producción pasa de un 44% a un 57 % del total del valor generado; gracias al aumento de los rendimientos y la producción que pasó de 10 a 18 quintales por manzana. Esto es sumamente significativo dentro de las familias rurales, porque a medida que logran capitalizarse y tienen acceso a créditos o capital para invertir en un mayor nivel tecnológico, ellos generan mayor producción de frijol que se ve redistribuido en un mayor ingreso familiar.

El eslabón de procesamiento juega un papel importante dentro de la generación del valor agregado, generando entre 37% y 43 % del valor agregado total. Lo que



muestra que los actores que participan en este proceso captan un importante margen del VA total. Es importante enfatizar que en el caso de las cooperativas, la planta de procesamiento es simplemente un prestador de servicios a sus asociados; por lo que hay una mejor redistribución a los productores; captando estos últimos, mayores beneficios, porque solo pagan el servicio de transformación que sería un costo adicional, pero la redistribución del valor es mucho mayor. Ya que de ese 37 % generado en producción, un 34 % es la ganancia que se redistribuye a los productores.

(Ver cuadro de distribución del VA)



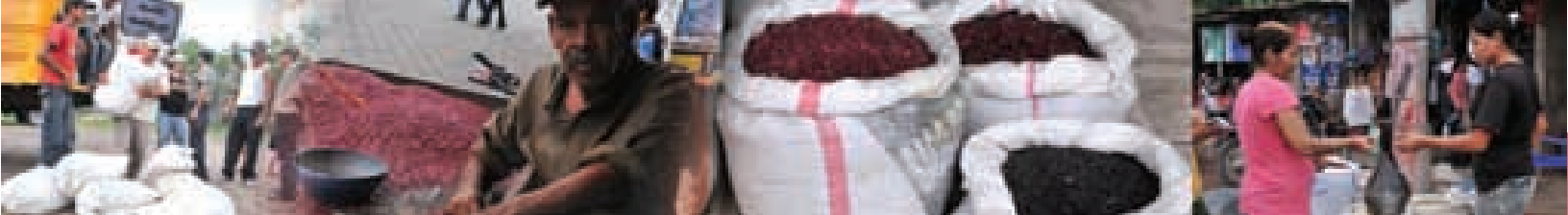
En este sentido, las cooperativas juegan un rol fundamental en los procesos de fomento de cadenas de valor, porque tienen una visión de encadenamiento mayor, ya que ellas mismas juegan el rol de producción, procesamiento y comercialización, de esta forma logran eliminar a un sinnúmero de intermediarios que interactúan en las cadenas productivas, y son los productores quienes reciben la mayor parte del valor agregado generado en toda la cadena.

Por lo que se puede considerar que los productores ganan más participando en las cooperativas organizadas con visión de cadenas de valor. Como un actor organizado puede tener una mayor cuota de mercado y no ser simplemente tomadores de precios, al brindar mayor

calidad en sus productos exigen un mejor precio y pueden negociar como un conjunto no como un productor individual sin voz ni voto. Otros de los beneficios es que los productores pueden acceder a financiamiento por parte de la cooperativa, debido a que estas gestionan financiamiento con las casas comerciales de insumos y se le brinda asistencia técnica para que lleven un mejor manejo de las cosechas y así asegurar la producción.

El Valor Agregado es distribuido principalmente en ganancias.

El valor agregado dentro de los eslabones se redistribuye ya sea a través de salarios, cargos financieros, impuestos y ganancias. El cuadro resumen de la distribución, muestra como en el eslabón de producción la mitad del valor agregado se redistribuye al salario. Debido a que es el pago del salario familiar durante el proceso del producto. Sin embargo a medida que el eslabón producción genera un mayor valor agregado, este es dirigido principalmente a ganancias; es decir el extra de valor generado gracias a mejores rendimientos agrícolas es ganancia para los productores. Por esa razón con un mejor nivel tecnológico los productores reciben más ganancias por producir frijol, sin necesidad de incrementar vía expansión.



En el eslabón procesamiento la mayor parte del valor generado va a ganancias porque el trabajo es mínimo, comparado con el realizado en la producción y no contratan muchos servicios para realizarlos. Más que todo es lo correspondiente a transporte.

En la parte de procesamiento a pesar que la mano de obra y trabajo realizado para la transformación es sumamente importante para lograr una mejor calidad del frijol, el valor generado total está dirigido principalmente a ganancias, pues solo entre 2 y 3% del VA es redistribuido a la mano de obra.

En la sub-cadena de exportación con intermediación de la cooperativa la ganancia por comercialización es muy poca, ya que solo reciben comisión por venta. En cambio en la sub-cadena con intermediación individual, la mayor parte del VA generado se dirige a ganancia porque es un exportador individual quien hace todo el proceso y el único pago en salarios que realiza es en transporte.

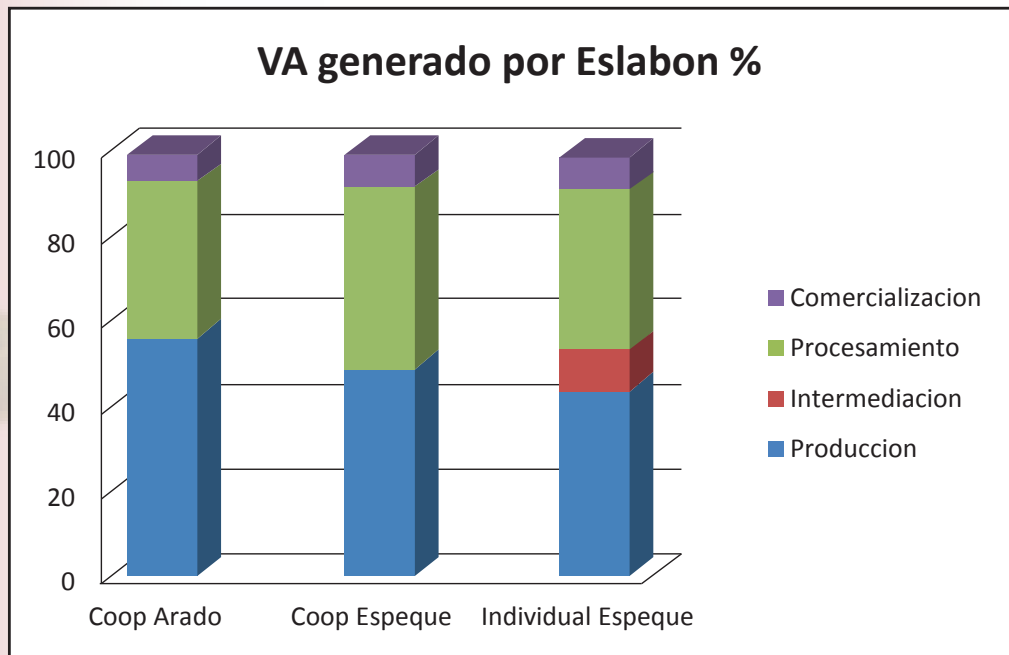
Tabla 13: Distribución del Valor Agregado / Cuenta Comercial

Eslabón	Categorías	Cadena de valor frijol rojo De exportación con intermediación de cooperativas				Cadena de valor frijol rojo De exportación con intermediación individual	
		Arado	%	Espeque	%	Espeque	%
		Producción	Mano de Obra	2,924	25	2,906	43
Cargos	237		2	237	4		
Financiero							
Ganancia Bruta	3,482		30	183	3	1,658	21
Intermediación	Mano de Obra					30	0.4
	Cargos						
	Financiero						
	Ganancia Bruta					817	10
Procesamiento	Mano de Obra	292	2	195	3	162	2
	Cargos						
	Financiero						
	Ganancia Bruta	4,044	34	2,685	40	2,888	36
Comercialización	Mano de Obra	396	3	264	4	55	0.7
	Cargos						
	Financiero						
	Ganancia Bruta	378	3	252	4	595	7
Total		11,753	100	6,722	100	8,055	100

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas realizadas a productores y cooperativa en Matagalpa, 2011-2012



Gráfico 13: Distribución del VA generado por eslabón

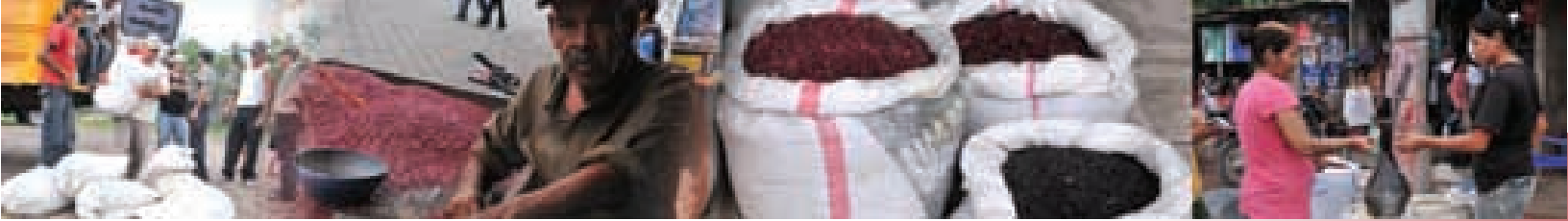


Fuente: Elaboración propia en base a cálculo realizado en la página 57, 2011-2012

El eslabón que genera mayor valor dentro de la cadena es la producción, seguido por el procesamiento. En la sub-cadena de exportación con intermediación de exportadores individuales, el valor generado por procesamiento es acaparado por el exportador suponiendo que este último posea una planta de proceso para su producto; a diferencia de la sub-cadena de la intermediación de cooperativa, la cual posee también una planta de procesamiento, redistribuye el valor generado entre sus socios, que a su vez también brinda el servicio de comercialización cobrando solamente una comisión por comercio y los costos del procesamiento. Por lo que el valor agregado generado por el eslabón procesamiento y el eslabón comercio se redistribuyen a los productores.

Entonces la evidencia indica que los productores ganan más en la cadena de exportación en donde las cooperativas participan como prestadoras de servicios y no intermediarios (esto gracias a la subvención de la cooperativa). Por ello, hay que fomentar más la organización sostenible de este tipo de iniciativas. Porque el valor agregado del procesamiento representa entre el 38 y 42%. Que puede ser redistribuido de una forma más equitativa a los productores no a un solo actor.

Según los resultados encontrados, las cadenas de valor son las que más generan valor total, porque el producto final lleva un mayor procesamiento. En el caso de los pobres que logran organizarse y estar dentro de estas cadenas (como es el caso de las cooperativas), obtienen mayores beneficios que productores individuales que venden su producto a un exportador individual en una cadena menos integrada. Por lo que los productores que están dentro de las cooperativas obtienen las ganancias generadas



por el procesamiento, ya que le son redistribuidas al final de la comercialización entre los miembros. O mejor dicho el valor agregado es redistribuido a los factores de producción, que en el caso del eslabón primario se redistribuye principalmente a salarios. Por lo que el trabajo realizado por los productores es remunerado.

En este sentido los pobres pueden tener una posición más privilegiada dentro de las cadenas, porque ellos no se quedan únicamente en el eslabón primario sino que son partícipes de todo el proceso de encadenamiento hasta la comercialización convirtiéndose en generadores de empleo. Por ejemplo; en el caso del procesamiento se emplea una gran cantidad de mujeres, quiénes son la principal mano de obra utilizada, encargadas del proceso de selección manual el cual genera un mayor valor al producto final del frijol.

Los pobres al estar dentro de las cadenas y ser partícipes de todos los procesos van desarrollando un cambio de visión a futuro, en este sentido van creando una visión más empresarial acerca de la producción de frijol; ya no solo pensar en el autoconsumo sino de una forma más comercial para obtener ganancias y mayores ingresos para sus familias y obtener un mayor bienestar.

Sin embargo, la creación de cadenas de valor integradas no es tan sencillo, por lo que muchas de las cadenas existentes se han podido construir gracias a subsidios, donaciones y ayuda externa. Pero esto no hubiese sido posible sin la organización y fortalecimiento institucional de las cooperativas y demás actores involucrados.





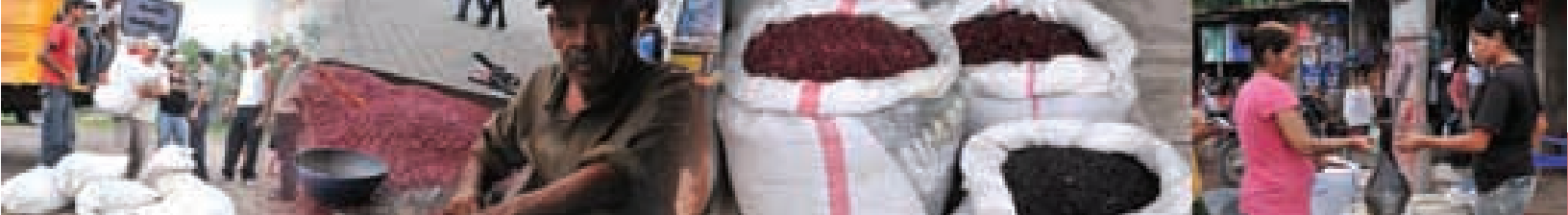
VIII- Conclusiones.

Sobre la producción nacional de frijol

- El modelo de crecimiento de la producción de frijol sobre la base de expandir la superficie cosechada ha tocado límite debido al agotamiento de frontera agrícola. Estructuralmente, este agotamiento genera positivamente incentivos para mejorar la producción de frijol elevar los rendimientos y la productividad. Esta ventana de oportunidad puede ser aprovechada para desarrollar una estrategia nacional para mejorar la producción de frijol como un elemento clave en la política de seguridad alimentaria.
- En la producción de frijol participa un amplio segmento de sectores económicos: sin tierras, colonos, campesinos-finqueros, finqueros y hacendadas producen frijol con diferente lógica y objetivos.
- La producción de frijol por familias pobres en tierras alquiladas o en mediería es muy importante (¿25-30% de la superficie?). Por lo general este tipo de contratos son de corto plazo e inestables y tiene consecuencia en el manejo de los suelos. Un acceso más seguro y con contratos de mediano plazo son elementos claves que podrían mejorar la capacidad de los más pobres para producir frijol y generar incentivos para mejorar manejo de suelos y mejorar la producción nacional de frijol.

Sobre la balanza comercial

- Después de mostrar cierto incremento significativo en las exportaciones de frijol, en los últimos dos años las exportaciones se han estancado y disminuido a pesar que Centroamérica, nuestro principal cliente regional, sigue demandando frijol de manera creciente. Las limitaciones a las exportaciones para garantizar una oferta adecuada a nivel interno y precios bajos está generando vacíos que han afectado el nivel de precios a productores (estacándolo alrededor de los US\$20/quintal) y creando desincentivos para producirlos.
- Potenciar las exportaciones a Centroamérica puede ser un mecanismo importante para mejorar precios al productor y crear incentivos para mejorar y aumentar la producción y una importante fuente de ingresos que puede potenciar las estrategias alimentarias especialmente de las familias más pobres que producen frijol.



Sobre precios oficiales al productor, mayoristas y minoristas

- Los datos sugieren que los márgenes de precios entre el productor y los ofrecidos por los mayoristas no difieren tanto, como entre los mayoristas y minoristas. Esto sugiere que en el proceso de formación de precios gran parte del incremento se da entre estos dos eslabones (mayoristas y minoristas). Este último es un eslabón débil en el proceso de intermediación y apoyos para asegurar y abaratar sus costos de adquisición pueden tener un impacto importante en los precios que ofrecen.

Sobre las cadenas de valor y las cadenas productivas

- En el sector frijolero existen en realidad pocas cadenas de valor propiamente dicha, puesto que la producción de frijol fluye por cadenas productivas mayoritariamente. Es decir, a nivel nacional hay poca integración de actores participando en cadenas de valor, dado que el mercado de oferta de frijol es amplio y en general los actores de eslabones intermedios, no tienen dificultad para abastecerse en época de cosecha.
- Además que el mercado nacional no es un mercado exigente, en el sentido de demandar un producto diferenciado y es por ello que aproximadamente el 80% de lo que se produce se comercializa a través de cadenas productivas.
- La participación de ENABAS como un actor organizando cadenas de valor representa un punto de inflexión importante en la política sectorial. Más allá de los aciertos o desaciertos de su intervención no hay dudas de que puede ser un actor clave en la promoción de cadenas de valor en frijol que potencie la participación de los pobres en ellas. La promoción y desarrollo de la cadena de frijol bajo una figura Estado-Empresa privada, es un claro ejemplo del potencial que un actor de este tipo (ENABAS) puede jugar en el desarrollo de nuevas cadenas de valor de frijol rojo.
- Ha sido muy complejo desarrollar verdaderas sub-cadenas de valor en este rubro, debido principalmente a que las sub-cadenas productivas tienen una gran capacidad de competir con las sub-cadenas de valor en precios de compra al productor y en algunos servicios.
- En la negociación entre actores que participan en las sub-cadenas de valor son claves la prestación de servicios ligadas a esta (financiamiento, asistencia técnica, comercialización) y la relación basada en otros rubros dinámicos y con ciclos



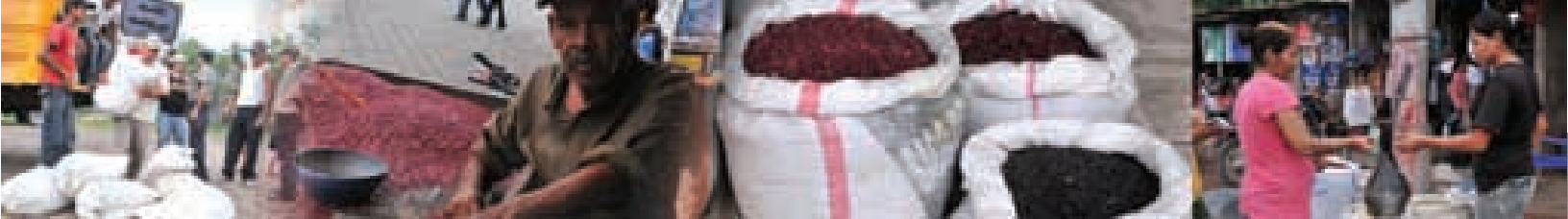


comerciales más largos (cacao, leche, hortalizas, etc.). Es decir, en las cadenas de valor se pueden organizar una serie de servicios más fácilmente que pueden crear incentivos para mejorar rápidamente la producción.

- Los actores intermediarios locales juegan un rol importante en la promoción de cadenas de valor, puesto que establecen alianzas tanto hacia atrás como hacia adelante en la sub-cadena. Estos actores podrían ser un importante aliado para el fomento de cadenas a nivel nacional puesto que gozan de institucionalidad a nivel local y de buenas relaciones en el ámbito nacional.

Sobre la participación de los pobres en las cadenas

- El acceso a la tierra es un tema clave para considerarse productor de frijol; pues el no disponer de ella o tener restricciones para el acceso a ésta representa el principal bloqueo tanto para la producción como para la inserción en sub-cadenas de valor (vinculado al aspecto organizativo).
- Si bien es cierto que las estrategias alimentarias de las familias más pobres, incluye procesos de venta de fuerza de trabajo (migración interna y externa) y desarrollo de negocios, la producción de granos representa una estrategia clave y central en sus estrategias de vida, dado la inestabilidad de los mercados salariales y de las alternativas de negocios, así las dificultades y riesgos de la migración, la producción de granos y, en este caso de frijol para garantizar un mínimo para la sobrevivencia, resulta un elemento central en sus estrategias. Por ello el acceso a tierras de manera segura y a mediano plazo resulta clave.
- Toda la producción de los pobres en tierra alquilada ligada al incremento del precio por manzana reduce la capacidad de manejo de las áreas por falta de capital; esto puede estar repercutiendo en los bajos rendimientos de las áreas sembradas.
- Otro elemento que representa un bloqueo para producción y/o comercialización de frijol es el de las redes sociales de los productores, sean estas formales (cooperativas) o no formales (vecinos, amigos, etc.), ya que es a través de relaciones de confianza que se establecen acuerdos tanto para el alquiler de tierra como para dar financiamiento o prestar servicios. Los productores que no están conectados a redes vecinales, familiares, laborales, entre otras tienen más bloqueos para sembrar y/o comercializar el frijol.
- El problema con estos mecanismos de acceso por la vía de la confianza no se pueden masificar fácilmente y la construcción de redes tarda años en formarse. Ello representa más dificultades para jóvenes y mujeres, que participan menos en las esferas públicas y son menos conocidos. Por ello, es importante desarrollar y promover otros mecanismos de acceso a tierra.



Sobre el valor agregado

- Los datos muestran que en la sub-cadena de valor de frijol rojo de exportación, en el eslabón de procesamiento se genera una buena parte del valor agregado (37%) a pesar que el proceso implica actividades relativamente simples. Ello es posible por el nicho de mercado a los que está dirigido: Mercado salvadoreño o costarricense con más poder de ingreso y que pueden pagar precios más altos por el frijol, aunque también exigen de una mayor calidad y presentación. En la sub-cadena nacional de valor y/o productiva dirigida a los supermercados de Nicaragua también se puede observar un fenómeno parecido. No obstante, las posibilidades de expandir este nicho de mercado en Nicaragua son muy limitadas debido a que éste nicho de mercado “los segmentos de más alto ingreso” representa un mercado pequeño.
- Los datos también muestran que en el eslabón de producción los productores captan la mayor parte del valor agregado generado, ello muestra en parte que el mercado del frijol es altamente competitivo. Teóricamente, el modelo de las cooperativas que prestan los servicios de procesamiento y exportación resultan altamente ventajosos para los productores, puesto que redistribuyen el valor agregado generado en el eslabón de procesamiento. La pregunta es por qué este tipo de iniciativas no están más generalizadas.





Bibliografía

- Bastiansen, Johan; Flores, Selmira; Steel Griet et al. Territorio, actores y estrategias de Desarrollo. Cuaderno de Investigación No. 40 Managua, Nitlapan-UCA, 2011 60 p.
- Pym rural; Cooperación Suiza en América Central; Swisscontact. Análisis de la Cadena de Valor de Alcance Nacional del Frijol Rojo y Negro, 2010.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, P. d. *Cuaderno PNUD. MPS. Colombia.* 2000.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. *Conceptos y métodos de medición de la pobreza, violencia y desigualdad: Retos para una nueva Colombia.* Bogotá, 1991.
- Programa Especial para la Seguridad Alimentaria (PESA) – Centroamérica. Seguridad Alimentaria y Nutricional. Conceptos Básicos. Sin fecha.
- Sen, Amartya (1982). Poverty and Famines. ***An Essay on Entitlements and Deprivation, Oxford, Clarendon Press.***
- Serrano. (2001) *El Concepto de pobreza, su medición y la relación con los problemas del medio ambiente. Universidad de Caldes.* Colombia
- Tallec, Fabien; Bockel, Louis. Commodity Chain Analysis: Financial analysis. Easypol. Module 044
- Tallec, Fabien; Bockel, Louis. Commodity Chain Analysis: Impact analysis using market prices. Easypol. Module 045
- Tallec, Fabien; Bockel, Louis. Commodity Chain Analysis: Impact analysis using shadow prices. Easypol. Module 046
- Windfuhr M, Jennie Jonsèn J. (2005). *Soberanía Alimentaria. Hacia la Democracia en sistemas alimentarios Locales.* FIAN International.
- Organización de las Naciones Unidas.(1996). Cumbre Mundial de Alimentos. Recuperado el 20 de noviembre del 2011 en: www.cinu.org.mx



ANEXOS



ANEXO 1: Marco Regulatorio del Frijol en Nicaragua

Con respecto al marco regulatorio los avances logrados han sido muy pocos, el tema de la tenencia de tierra y la legalidad de la misma sigue en discusión vigente, el simple hecho de explotación del recurso tierra no está dentro del marco normativo del país. Por un lado, No existe regulación sobre la zonificación de cultivos, no se aplican regulaciones sobre uso del suelo o de la aplicación de prácticas no eco-amigables (FUNICA).

Sin embargo, en el proceso de producción de semilla y uso de algunos plaguicidas, existen normas que regulan y supervisan el uso de plaguicidas y otras sustancias utilizadas en el proceso de producción. Una de ellas es la ley 280, de producción y comercio de semillas que promueve, norma, regula y supervisa las actividades relacionadas a la investigación, producción y comercialización de semillas, así como fomenta su producción y comercialización.

Por otra parte, la ley 270 de regulación de plaguicidas y sustancias tóxicas peligrosas y otras similares, establece las normas para la regulación y control de plaguicidas, sustancias tóxicas, peligrosas y otras similares, así como asegurar la protección de la actividad agropecuaria sostenida y los recursos naturales.

Así bien, los productos deben poseer un determinado estándar que garantice la salubridad e inocuidad de los alimentos para el consumo, de tal forma existen normas técnicas obligatorias que establecen los procedimientos que rigen la producción;

Norma técnica obligatoria NTON 11001-00

En esta normativa se establecen las disposiciones, requisitos y procedimientos que rigen la actividad de certificación fitosanitaria para todos los productos agrícolas de exportación, frescos y procesados. Toma en cuenta y apoya el cumplimiento de la Ley Básica de Salud Animal y Sanidad Vegetal, la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF), el acuerdo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la Organización Internacional del Comercio, a su vez lo requisitos que soliciten los países importadores.

Norma Técnica Obligatoria NTON 11 002 - 01

Norma Técnica para la Certificación Fitosanitaria de Productos y Subproductos Vegetales y Frutas Frescas para la Exportación. En esta norma se establece el procedimiento específico para certificación Fitosanitaria y a través del cual se constata la calidad del frijol a ser exportado.



Norma técnica de Frijol NTN 16 001-00

Esta norma tiene por objeto establecer las terminologías, las características, y las calidades del frijol en grano, así como sus métodos de ensayo y análisis, para su transacción comercial.

Norma técnica para el frijol en grano N° 16-002-00

La cual rige la calidad del grano comercial de frijol. El objeto de la Norma es establecer las terminologías, las características y las calidades del frijol en grano, así como sus métodos de ensayo y análisis para su transacción comercial

Política Comercial

En base a la política comercial, el país ha incentivado la exportación de nuevos productos y apertura de nuevos mercados de destino. Por eso, durante los últimos años los gobiernos han realizado diferentes acuerdos comerciales y tratados de libre comercio con otros países. En referencia a la cadena de frijol se destacan CAFTA DR y el tratado de Centroamérica con la Unión Europea.

El Tratado de Libre Comercio República Dominicana -Centro América- Estados Unidos entró en vigencia el 1 de abril del 2006. Se acordó para las importaciones de frijol una salvaguarda con nivel de activación específico, desgravación de hasta 15 años y acceso libre inmediato al mercado de Estados Unidos para la exportación de todas las variedades de frijol.

También en el acuerdo entre la Unión Europea y Centroamérica, Nicaragua posee libre mercado de exportación del frijol; en contraste, las exportaciones hacia Nicaragua quedaron fuera de desgravación y se aplica un 30 % de arancel. Por otra parte existe un tratado con México, vigente desde 1998, por el cual se puede exportar bajo el régimen arancel-cuota, alcanzando a la firma del tratado 4000 TM con un incremento anual del 3%. Si este producto se exportara fuera del tratado los aranceles a aplicar serán los convenidos dentro de los plazos de desgravación arancelaria que se acordaron para 10 y 15 años después de firmado el TLC los países implicados reducirán paulatinamente sus aranceles en 10 años.

Aranceles

La política arancelaria a la importación de frijoles en Nicaragua es una de las más accesibles en Centroamérica, ya que los aranceles de importación son del 5% inferior a Honduras, El Salvador y Guatemala y 20% inferior a Costa Rica.



Por otro lado, las exportaciones se encuentran liberadas de todo tipo de impuesto, permisos o licencias relativas a las operaciones de exportación salvo el pago de las tarifas vigentes por la prestación de los servicios de exportación.

Incentivos

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 % para compensar a los productores o fabricantes de bienes nacionales exportados que cumplan con las normas de origen correspondientes, por concepto de tributos pagados en la importación o internación. Esta tasa se aplica sobre el valor FOB de las exportaciones, incluyendo las ventas de materias primas, bienes intermedios y bienes de capital a las empresas acogidas al régimen de Zonas Francas.

El pago de este reintegro se hace efectivo al beneficiario en un plazo no mayor de sesenta días, previa cancelación de cualquier obligación tributaria exigible. Los requisitos y procedimientos para la devolución se establecen en el reglamento de esta ley. Se debe señalar que este reintegro también es sujeto de retención, es decir que el exportador al momento de recibir su reintegro no recibe el 1,5% sino el 1,25%.

Exoneraciones

Estarán sujeto a ser exonerado de impuesto general al valor las Operaciones de enajenación del bien: Importaciones o enajenaciones de insumos químicos, semillas y productos de biotecnología para uso agropecuario y forestal; Importaciones de utensilios mecánicos y herramientas agrícolas y agropecuarias que únicamente sean susceptibles de ser utilizados en la agricultura y la ganadería. (IICA, 2004)



ANEXO 2: ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA A EMPRESAS CLAVES (CADENA DE VALOR FRIJOL ROJO Y NEGRO)

Características Generales (Identificación del Actor)

1. Nombre de la empresa:
2. Nombre de la persona entrevistada:
3. Cargo:
4. Fecha:
5. Años de operación de la empresa:
6. Número de empleados (Hombres/mujeres)
7. ¿Desde hace cuánto trabajan con frijol?
8. No. De trabajadores vinculados a la actividad del frijol
9. Actividades en las que participa dentro de la cadena (Provisión de insumos, producción, procesamiento, intermediación, etc.) y cuántas personas participan en cada actividad (hombres y mujeres)

ABASTECIMIENTO

10. Tipos y/o variedades de frijol con los que trabajan ¿y por qué trabajan con esos tipos y/o variedades?
11. ¿Cómo se abastecen del producto? (directamente en las comunidades, se los llevan a algún centro de acopio, tienen intermediarios locales, a través de cooperativas, etc.)
12. ¿De qué zonas/ comunidades proviene el frijol con el que ustedes trabajan?
13. ¿Cómo garantizan el abastecimiento del frijol? (acuerdos con cooperativas, pagan por adelantado)



14. Aproximadamente con cuántos productores trabajan (sea de manera individual, a través de cooperativas, etc.)
15. ¿Quiénes son sus principales Proveedores?
16. ¿Dan algún tipo de asistencia o servicio a sus proveedores?
17. ¿Cuáles son los requerimientos de calidad del producto?

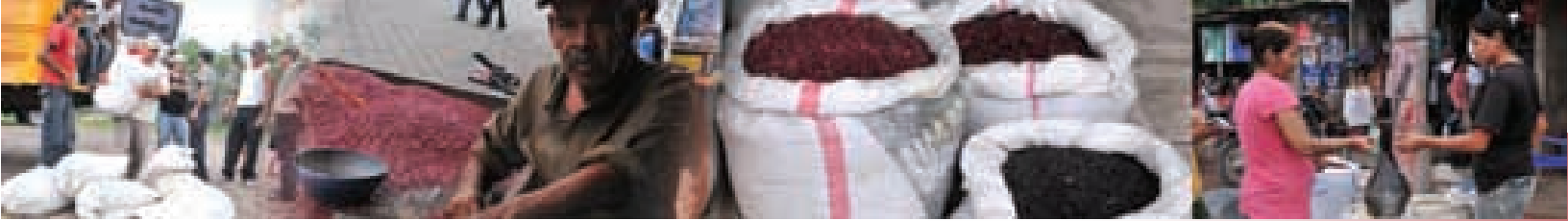
PROCESAMIENTO

18. ¿Qué tratamiento le da al producto antes de venderlo? (proceso de transformación: limpieza, empaque, etc.)
19. Este procesamiento ¿lo realiza la misma empresa o paga a alguien para que lo realice?

COMERCIALIZACIÓN

20. ¿Cuántos son sus clientes y quiénes son?
21. ¿Cómo empezaron la relación con ellos?
22. ¿Años de trabajar con ellos? (tipo de contrato)
23. Destino del producto y cantidades (exportación, supermercados, etc.)
24. Principales ventajas/desventajas de participar en esos mercados
25. Ventas por tipo de cliente

Cliente	Tipo de Producto	Volumen	Frecuencia de entrega	Precio



¿Qué características debe cumplir su producto para que su comprador le de buen precio? (Limpieza, variedad, tamaño, otros).

¿Qué ocurre cuando el producto no cumple con los parámetros de calidad?

¿En qué momento fijan el precio del producto?

¿Quién mas compra su producto en la plaza en que vende? ¿Bajo qué condiciones? (Otros compradores Nombres, origen, destino final del producto)

¿Por qué no vende a otros actores? ¿Qué limitantes tiene para expandir su mercado?

COSTOS

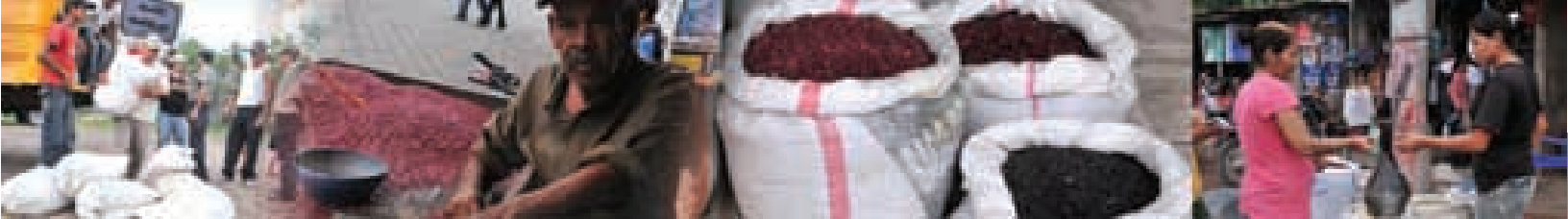
De manera general, ¿Cuáles son los costos en que incurre la empresa para llevar el producto?



Anexo 3: Guía Básica para entrevista a Cooperativas/ Asociación de productores

Características generales

1. Nombre de la cooperativa/asociación:
 2. Ubicación:
 3. Desde hace cuánto que la cooperativa/ asociación funciona
 4. ¿Con cuántos productores/as trabaja?
- # De Socios: _____, Hombres: _____ Mujeres: _____
- # De No Socios: _____, Hombres: _____ Mujeres: _____
5. ¿Cuáles son los requisitos para ser socio/a de la cooperativa/asociación?
 6. ¿Cuáles son los requisitos para que un productor/a que no es socio/a de la cooperativa trabaje o reciba algún tipo de beneficio y/o servicio de parte de la cooperativa/asociación?
 7. Capital:
 - a) Fondos Propios de la Cooperativa/Organización: _____
 - b) Medios de Transporte: _____ (Indagar cantidad y tipo de vehículo)
 - c) Infraestructura que poseen y cómo la instalaron
 - d) Capacidad de almacenamiento
 - e) Trabajadores totales: _____, Grado de especialización por área
 - f) Trabajadores vinculados directamente a la actividad de frijol (indagar qué funciones realizan, el tiempo que los contratan y el pago que reciben)



De trabajadores _____ # Hombres _____ # Mujeres _____

Funciones _____

8. Relaciones Institucionales

- Institución con la que mantienen relación
- Tipo de relación: tratar de explicar en qué consiste la relación y los tipos de acuerdos que mantienen entre sí (colaboración, asistencia, etc.).

9. ¿Cuáles son los rubros con los que trabaja la cooperativa?

Provisión de insumos y servicios de la cooperativa/asociación a los/las socios/as y no socios/as

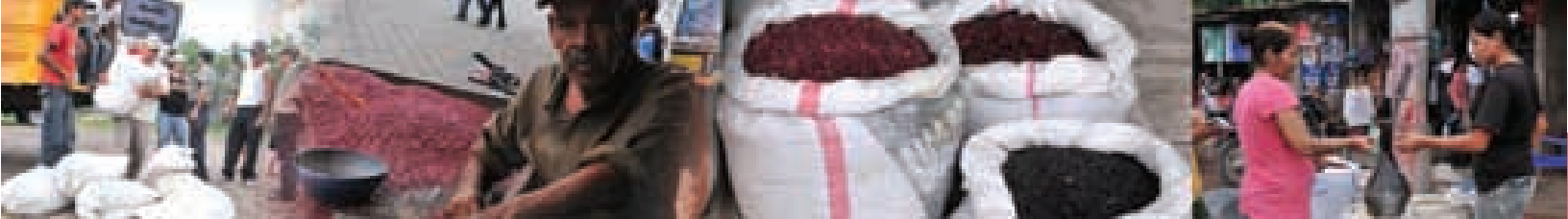
10. Tipo de insumos que ofrecen para la producción de frijol y para otras actividades de los productores con los que trabajan
11. ¿Quiénes pueden acceder a estos insumos? (socios, no socios)
12. ¿Cuál es la forma de venta? (al crédito, de contado)
13. ¿Cómo hace la cooperativa/asociación para abastecerse de estos insumos? (principales proveedores y tipo de relación)
14. ¿Qué otros servicios brindan a los/las productores/as?

Comercialización

15. ¿Cómo garantizan el acopio del producto? (A través de qué mecanismos o estructuras)
16. ¿Qué tipo de acuerdos tienen con los/las productores/as?
17. ¿A qué precio le pagan el frijol a los productores?
18. ¿Cuál es el sistema de premios/ castigos por la calidad del producto?
19. Realizan algún tipo de procesamiento al frijol/ cacao una vez que lo compran
20. ¿A quién/ quiénes venden el frijol?
21. ¿Cómo establecen relación con ese cliente?



22. ¿Qué tipo de acuerdos o arreglos tienen con el/los clientes?
23. ¿En qué momento fijan el precio del frijol?
24. Además de ustedes ¿Quiénes más compran frijol en la zona? ¿Qué cosas les ofrecen a los productores esos compradores? ¿en qué difieren con ustedes?
25. ¿Cuáles son los costos en los que incurren para acopiar y/o comercializar el frijol? (transporte, almacenamiento, etc.)
26. ¿Cuáles son las principales problemáticas que enfrentan para abastecerse y comercializar el frijol?



ANEXO 4: ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA A EMPRESAS CLAVES (CADENA DE VALOR FRIJOL ROJO Y NEGRO)

Características Generales (Identificación del Actor)

1. Nombre de la empresa:
2. Nombre de la persona entrevistada:
3. Cargo:
4. Fecha:

Identificación de productos que comercializan y Abastecimiento

5. Tipos y/o variedades de frijol que comercializan.
6. ¿De qué zonas/ comunidades proviene el frijol con el que ustedes trabajan?
7. ¿Cómo se abastecen del producto? (directamente en las comunidades, se los llevan a algún centro de acopio, tienen intermediarios locales, a través de cooperativas, etc.)
8. ¿Cómo garantizan el abastecimiento del frijol? (acuerdos con cooperativas, pagan por adelantado)
9. Aproximadamente con ¿Cuántos proveedores trabajan?
10. Características o requisitos del frijol que compran
11. ¿Quiénes son sus principales Proveedores?

Proveedor	Tiempo de relación	Volumen	Frecuencia de compra	Precio	Forma de pago
1.					
2.					
3.					



13. Características o requisitos del frijol que compran
14. Cómo establecen el precio (se negocia previamente o al momento de la compra).
15. El pago del producto a los proveedores es a la entrega del producto o posterior a ella
16. Productos derivados de frijol que comercializan (p.ej. frijoles molidos).
17. Quienes son sus proveedores para estos sub-productos
18. Requisitos de los sub-productos.
19. Principales problemas o dificultades para abastecerse del producto
20. ¿Dan algún tipo de asistencia o servicio a sus proveedores?

Procesamiento

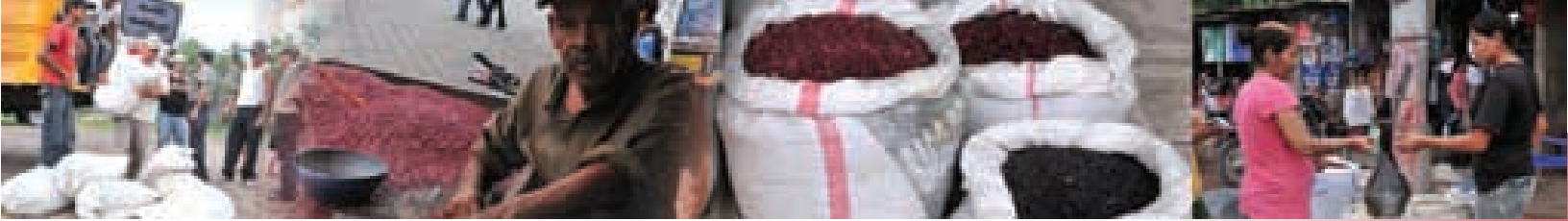
21. ¿Qué tratamiento le da al producto antes de venderlo? (proceso de transformación: limpieza, empaque, etc.)
22. Este procesamiento ¿lo realiza la misma empresa o paga a alguien para que lo realice?

Comercialización

23. Volumen de frijol que vende (por tipo/ variedad de frijol o sub-producto)
24. ¿Tienen arreglos de venta con algún cliente en particular?

Otros

25. No. De trabajadores vinculados a la actividad del frijol (diferenciar por procesos entre hombres y mujeres)
26. De manera general, ¿Cuáles son los costos en que incurre la empresa para llevar el producto por actividad?



**“Análisis de la cadena de valor de frijol rojo
y negro en Nicaragua con enfoque de
Seguridad Alimentaria y Nutricional”**



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

