



2021

Policy Brief

Estudio de la oferta y la demanda de productos de sistemas agroforestales en cadenas cortas en Nicaragua

Anthony Gamboa-Chavarría
Norvin Sepúlveda-Ruíz
Eduardo Corrales-Brenes
Adriana Escobedo-Aquilar

Oferta y demanda de productos de sistemas agroforestales

Nicaragua como los demás países centroamericanos han promovido el modelo agroexportador como principal estrategia de desarrollo económico. Dicho enfoque, ha dejado vacíos en la generación de estrategias competitivas a nivel del mercado interno (nacional), con especial atención a nivel local. Históricamente, las fincas con sistemas agroforestales (SAF) o integrales han sido proveedores clave de productos frescos, tanto para el consumidor como para la industria. Sin embargo, la comercialización nacional de productos frescos ha estado marcada por una serie de retos como: la alta intermediación, la poca asociatividad y la escasa información del consumo final.

Además, la pandemia causada por el COVID-19 ha evidenciado la vulnerabilidad que existe en el sector agro, donde la generación de estrategias que conecten productores agroforestales con un consumidor final se convierte en una acción que anticipa la creación de medidas de reactivación económica postpandemia, siendo una potencial vía para esto, la promoción o fortalecimiento de cadenas productivas cortas ¹. Es por esto, que se realiza la presente investigación con el objetivo de identificar oportunidades de mercado en cadenas cortas de productos provenientes de fincas con sistemas agroforestales o integrados en Nicaragua.

¹ Son alianzas horizontales y verticales entre algunos personajes para satisfacer la demanda de los mercados cercanos, con una mínima intermediación entre sus intercambios. En las cadenas cortas, los productos se cultivan con prácticas agrícolas sostenibles. Además, se promueve la construcción de alianzas y relaciones de confianza entre productores y consumidores basadas en una comunicación efectiva y veraz (FAO 2015).



Zona de estudio

Se definieron tres áreas de estudio que abarcaron los departamentos de Matagalpa, Carazo y Masaya. Estas áreas fueron seleccionadas según las siguientes características: alta presencia de fincas con SAF, una alta vulnerabilidad climática, baja condición socioeconómica y su cercanía a mercados locales dinámicos y económicamente atractivos.

¿Cómo se analizó la oferta?

Se seleccionaron 20 fincas agroforestales y/o integrales según estos criterios: el área de la finca, la diversidad productiva, cercanía con el mercado potencial, el acceso a infraestructura y caminos adecuados para trasladar el producto. Se realizó un análisis de frecuencia para clasificarlos según su relevancia en tres categorías: alta (5-18 observaciones), media (3-4) y baja (1-2).

¿Cómo se analizó la demanda?

Se recopiló información de 44 comercios locales (hoteles, quintas, restaurantes, comedores, cafeterías y tiendas locales), ubicados a 50km a la redonda de las fincas entrevistadas. Se realizó un análisis de frecuencia para definir la relevancia de los productos demandados y se establecieron tres categorías: relevancia alta (10-29 observaciones), media (9-5) y baja (1-4).

Caracterización de la oferta y la demanda

Análisis de la oferta

La mayoría de las fincas entrevistadas (50%) se caracterizan por tener una extensión entre 1.6 y 8 ha. La mayoría de los productores de Carazo (83.3%) y Masaya (75%), no forman parte de una organización de productores, mientras que en el caso de Matagalpa se reporta un mayor nivel de asociatividad (70%). Además, un 35% de las fincas poseen al menos una certificación que les permite acceder a mercados diferenciados, especialmente porque la mayoría tienen un enfoque asociativo para la exportación (ej, café o cacao), entre las principales certificaciones se mencionan: Certificación Orgánica, Comercio Justo, Rainforest Alliance, Moderniza y C.A.FE. Practices.

Productos ofertados según tipo de relevancia

En las fincas con SAF se evidencia una alta diversificación de componentes productivos, los cuales fueron clasificados según su tipo de relevancia, de la siguiente manera:

Relevancia alta: En Matagalpa prevalecen como la base del SAF cinco productos: el maíz, el frijol, el café, el cacao y los cítricos. En Carazo, cinco productos: los cítricos, el café, el cacao, el aguacate y el frijol. Por otra parte, en Masaya, se observan cinco productos: los cítricos, el café, el aguacate, el maíz y el frijol.

Relevancia moderada: En Matagalpa se muestran 3 productos (Leche bovina, Banano y ganado de cría) y el servicio de turismo ecológico como parte del SAF para esta categoría. Asimismo, en

Carazo se muestra principalmente el ganado de cría y el turismo ecológico. Finalmente, en Masaya se muestra el plátano y el turismo comercial.

Relevancia baja: En Matagalpa se destacan productos como: Maracuyá, granadilla, tilapia, cebolla, jengibre, pelibuey, conejos y ganado de cría. En Carazo se detallan productos como: pulpa de frutas, mermeladas, anonas, cúrcuma, almácigos (viveros) y caco. Por último, en Masaya se destacan productos como plantas injertadas, mango, nancite, hortalizas, tamarindo, mimbro, grosella, entre otros.



Se identificó una serie de similitudes entre las fincas, destacándose la variabilidad de los precios, poco detalle y conocimiento en los costos de producción y en temas de productividad. Por otra parte, la mayoría de los productos son destinados para la venta (promedio 61%), siendo los productos como maíz (94%) y frijol (68%) los que se destinan mayormente para el autoconsumo, tanto en Matagalpa como en Carazo, para Masaya (solo el caso de frijol), en cambio para la venta se destina principalmente el café (92%), cítricos (77%) y el aguacate (97%).

Por otra parte, existe una serie de diferencias. En la relevancia alta los productos son cultivados en el 95% de las fincas de los encuestados, lo cual destaca que no hay una relación directa entre el tipo de producto y el tamaño de la finca, además los productos son mayoritariamente destinados para la venta y existe una mayor estabilidad en el precio en productos como el café, sin embargo, en productos como el maíz, cítricos, entre otros, el precio es muy variado. Además, la mayoría de los productos son comercializados directamente en la finca.

A su vez, la relevancia intermedia presenta la particularidad de que se muestran fincas grandes (más de 30ha) donde se da el aprovechamiento de los SAF para la generación de servicios como el turismo ecológico² y turismo comercial³ y los productos que se ofertan se destinan mayoritariamente para la venta. Por otra parte, la relevancia baja muestra que la mayor parte de los productos que se ofertan son destinados para la venta o comercialización y que productos como la tilapia, la yuca, la cúrcuma y las hortalizas son destinados exclusivamente para consumo familiar.

Otros datos relevantes

Del total de los entrevistados, un 70% (especialmente de Matagalpa y Carazo) indicó que no tienen una competencia que les afecte en su oferta de productos, mientras que en Masaya más de un 50% tienen competencia, especialmente de intermediarios. Entre las principales ventajas de los competidores sobresalen:

- Tienen más volumen
- Tienen un mejor comprador
- Tienen accesibilidad a la carretera
- Tiene mano de obra disponible a la que le pagan un salario mejor

² Incluye: Turismo rural, Turismo comunitario, Restaurante-Piscina y Turismo Corporativo

³ Incluye: Turismo agroecológico, Turismo Ecológico científico y Agroturismo



Al consultarles si implementan tecnologías de producción un 65% contestaron afirmativamente, donde se destacan los productores de Matagalpa los que más utilizan y lo de Masaya como lo que menos utilizan. Entre quienes manifestaron no tener acceso a estas tecnologías de producción, indicaron que se debe principalmente a que no están disponibles, tienen altos precios y existen limitaciones en cuanto a recursos propios para adquirirlas. A nivel general, entre los principales obstáculos para mantener la actividad productiva se encuentran: problemas de comercialización y mercadeo, falta de asistencia técnica, escasez de mano de obra y presencia de plagas y enfermedades.

Análisis de la demanda

Productos demandados según tipo de relevancia

Se identificó la demanda de 62 productos, los cuales según su relevancia se clasifican de la siguiente manera:

Relevancia alta: en Matagalpa se demanda: cebolla amarilla, lechuga y tomate. En Carazo, los productos que se demandan en mayor cantidad son cebolla amarilla, chiltoma, lechuga y tomate. Por otra parte, en el departamento de Masaya los productos más demandados son: cítricos (naranja y limón), tomate, melón, pepino y sandía.

Relevancia moderada: En Matagalpa se incluyen los siguientes productos: banano, café, carnes, chiltoma, limón, maracuyá, melón, naranja, papaya, pepino y sandía. En Carazo se evidencia la demanda moderada de: melón, café, pepino, banano, sandía, zanahoria y repollo. Asimismo, en el caso de Masaya se destacan: cebolla amarilla, chiltoma, lechuga, papaya, zanahoria, arroz, apio y granadilla.

Baja relevancia: entre los que se mencionaron están para Matagalpa: zanahoria, mango, arroz, frijoles, plátano, piña, mandarina, entre otros; para Carazo se mencionan: naranja, arroz, frijoles, maracuyá, mango, piña, culantro, remolacha, entre otros. A su vez para Masaya se destacan: frijoles, bananos, café, mango, repollo, guayaba, papas, cacao, pescado y pitahaya.

Existe una variabilidad en los precios que pagan los comercios a los productos, los cuales varían según las épocas del año y los volúmenes de producción (variación de un 0% a un 155%). Al comparar los productos de alta demanda con los de alta relevancia. La demanda en Matagalpa se centró en tres productos (cebolla amarilla, tomate y lechuga) y se muestra una oportunidad de producción para cultivos como la lechuga. A su vez, en Carazo de los productos que se demandan con alta relevancia solamente el banano se produce en esta región y en Masaya, de los productos de alta relevancia solamente se producen cítricos como las naranjas y los limones.

Lo anteriormente mencionado, muestra aspectos relevantes donde se observan resultados en función a la demanda potencial que pueden tener ciertos productos, sin embargo, para iniciar con un proceso de diversificación dentro de la producción de SAF es necesario que la región cumpla con las condiciones agronómicas

Características más valoradas por los entrevistados:

- Limpieza/higiene del producto (inocuidad)
- Que no tenga daño físico
- Tamaño/peso solicitado
- Que cuente con una certificación

necesarias para el cultivo en términos edafoclimáticos, necesidades y competitividad, además de un estudio dentro de las áreas en donde actualmente se siembra.

Otros datos relevantes

Con relación a la demanda insatisfecha, para el caso de Matagalpa se muestran productos como: tomate, brócoli, limón, cebolla, naranja, chiltoma, vegetales y apio. Para Carazo se detallan productos como: pithaya, tomate, limón, piña y cacao. Finalmente, para Masaya se observa una demanda insatisfecha en limones y naranjas. Para el caso de la demanda potencial se identificó en Carazo productos generalmente importados como las uvas y las cerezas, así como productos nacionales como: aguacate, maracuyá, piña, café, mamón chino, papaya, coyolito criollo, banano y melón, mientras que el Matagalpa se detalla una demanda potencial para el cacao.

Asimismo, existe un potencial de demanda en productos con valor agregado, donde en Matagalpa se detallan: chips, ciruela deshidratada, crema, jalea, jugos frutales, ente otros; en Carazo: café tostado, carne para hamburguesa, harina para pizza, jaleas, jugos enlatados,1 maíz enlatado, mayonesa, mostaza, entre otros; y en Masaya: salsa de tomate, mayonesa y mostaza.

Reflexiones generadas a través del estudio

Con relación a la oferta, las fincas analizadas tienen una importante diversidad de componentes productivos, siendo el SAF Matagalpa el que tuvo más diversidad, seguido de Masaya y Carazo. Por otro lado, aunque el 45% de los entrevistados forman parte de una organización (70% Matagalpa, 25% Masaya y 16.7% Carazo), solo comercializan por esta vía un par de productos (café y cítricos), en donde a pesar de que muchos están certificados, tienen problemas para vender los demás productos por temas de desconocimiento del mercado, falta de demanda, volumen o calidad. En términos de ventas y costos, se identificó que la mayoría desconoce a detalle dicha información (especialmente costos) lo que les impide tener certeza de la utilidad del negocio. En términos generales, los productos provenientes de SAF en los tres departamentos, presentan sistemas productivos diversos, pero poco competitivos (dependen de la capacidad de reducir costos y aumentan rendimientos), y no cuentan con un paquete tecnológico estandarizado.



Por otro lado, con relación a la demanda los productos agrícolas con mayor demanda por los comercios locales son abastecidos por intermediarios que los adquieren de mercados mayoristas como el Mercado Oriental (en Managua) teniendo poca relación comercial directa con los productores. Además, se deduce una desvinculación entre los productos que son mayormente demandados con lo que es producido localmente, donde en casos como en Carazo, ninguno de los productos altamente demandados se produce localmente. Las características de calidad más valoradas por los comercios están de manera priorizada: la limpieza del producto (inocuidad), sin daño físico, tamaño/peso solicitado y se destaca la necesidad de contar con productos cultivados libres de pesticidas o con un uso adecuado de este, lo que evidencia que hay interés por productos diferenciados. La demanda insatisfecha de ciertos productos frescos, así como productos con valor agregado genera oportunidades para mejorar los modelos de negocios de los SAF, sin embargo, para que se dé un aprovechamiento de estas se debe de ser constantes con la calidad, tener precios competitivos y usar de forma responsable (o nula) los pesticidas. Para lo anterior es clave la asociatividad como un mecanismo que facilite la logística, acceso a tecnología y escala de negocios, elementos que son complejos especialmente para micro y pequeños productores.

Referencias

- Acuña, A. 2020. Recomendaciones nutricionales y alimentarias para la población ante la presencia del COVID-19. Ministerio de Salud de Costa Rica – INCIENSA, San José. 23p
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). 2020. Departamento de países del impacto del COVID-19 en las economías de la Región Centro América: Haití, México, Panamá y República Dominicana. 58p
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL. 2020. La educación en tiempos de la pandemia de COVID-19. Editorial CEPAL, UNESCO. Santiago, Chile. 21 p.
- FAO. s.f. Algunos problemas en la comercialización de alimentos en las ciudades (en línea). Consultado el 13 de agosto del 2021. Disponible en: <http://www.fao.org/3/x6997s/x6997s04.htm>
- Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE). 2010. Censo Económico Urbano CEU 2010 Carazo. INIDE Managua. 126p.
- Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE). 2017. Canasta básica. INIDE Managua. 11p.
- Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE). s.f. Estadísticas de los departamentos Matagalpa, Carazo y Masaya. Consultado el 13 de agosto del 2021. Disponible en: <https://www.inide.gob.ni/>
- Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE); Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR). 2012. IV Censo Nacional Agropecuario. INIDE-MAGFOR. 70p.
- Sepúlveda, N; Barrios, M; Bustos, G; Castro, J; Bucardo, E. MEFCCA – Nicadapta” estudio sobre resiliencia de la vulnerabilidad en la adaptación al cambio climático desde la perspectiva de género en el área rural de Nicaragua. Managua- CATIE. 178p
- Solís, N. 2015. Identidades y relaciones sociales entre los comerciantes del Mercado Oriental 2013-2015. Tesis de licenciatura UNAN-Managua. 166p.