

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA-LEÓN  
UNAN-LEÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**



**Monografía para optar al título de Licenciado en Economía**

**Tema:** “Dinamismo comercial entre Nicaragua, España, Estados Unidos, Francia y México en las exportaciones de camarón de cultivo, período 2007-2013”

**Elaborado por:**

Br. Fernando Francisco Reyes Valle

Br. Maykol Constantino Romero Flores

Br. Alejandro Noel Sánchez Mayorga

**Tutor:** Lic. Dunieckse Berenice Mayorga Centeno

León, junio 2015

¡A la libertad por la Universidad!

## **TEMA**

**“Dinamismo comercial entre Nicaragua, España, Estados Unidos, Francia y México en las exportaciones de camarón de cultivo, período 2007-2013”**

## **DEDICATORIA**

Ahora que hemos culminado nuestro trabajo monográfico y se haya hecho una realidad, se lo dedicamos en primer lugar, a nuestro Dios Padre Celestial, que es nuestro guía espiritual, el mejor padre, amigo, plaza fuerte, por estar siempre presente en nuestros corazones, por haber iluminado siempre nuestro camino para tomar las decisiones que nos llevaron a esta etapa de la vida, por habernos dado la fuerza y la fe para sobrellevar los tropiezos y levantarnos para continuar luchando por nuestro sueños y por habernos permitido llegar con éxito en culminar nuestro trabajo monográfico.

A nuestros padres y familiares, por habernos enseñado a luchar en la vida, por hacernos personas de bien, por guiarnos en los momentos difíciles y por habernos apoyado en todo nuestro camino de estudios.

A nuestras amistades y colegas, por su apoyo incondicional y el esfuerzo brindado en el transcurso de nuestra investigación y de quienes hemos recibido el mejor ejemplo y el apoyo incondicional en todo momento.

Br. Fernando Francisco Reyes Valle.

Br. Maykol Constantino Romero Flores.

Br. Alejandro Noel Sánchez Mayorga.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a Dios nuestro Padre Celestial por darnos la vida, la sabiduría, la inteligencia para culminar nuestros estudios con éxitos.

A nuestros padres por ser ellos nuestros primeros maestros por inculcarnos buenos valores e inducirnos por el buen camino, por darnos siempre su apoyo moral y económico, y por su inigualable amor y abnegación en nuestro proceso y trabajo educativo.

A nuestros profesores, facilitadores y tutora Lic. Dunieckse Mayorga, por la abnegación ideal y la esperanza, por brindarnos su apoyo en la elaboración de nuestro trabajo monográfico.

A nuestras amistades por habernos brindado su apoyo en todo momento.

Br. Fernando Francisco Reyes Valle.

Br. Maykol Constantino Romero Flores.

Br. Alejandro Noel Sánchez Mayorga.

## ÍNDICE

<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	1
<b>II. ANTECEDENTES</b>	3
<b>III. JUSTIFICACIÓN</b>	6
<b>IV. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	7
<b>V. OBJETIVOS</b>	8
5.1 General:	8
5.2 Específicos:	8
<b>VI. MARCO TEÓRICO</b>	9
6.1 Marco conceptual	9
6.1.1 Comercio internacional	9
6.1.2 Producto Interno Bruto (PIB)	10
6.1.3 Exportaciones	10
6.1.4 Importaciones	10
6.1.5 Modelo Ricardiano de la ventaja comparativa	10
6.1.6 Ventaja absoluta	11
6.1.7 Ley de la ventaja comparativa	11
6.1.8 Índices de dinamismo comercial	11
6.1.8.1 Índice de Concentración/ Diversificación (Herfindahl Hirschmann)	11
6.1.8.2 Índice de Apertura comercial	12
6.1.8.3 Índice de Balassa o índice de ventaja comparativa revelada	13
6.2 Marco referencial	15
6.2.1 Relaciones comerciales	15
6.2.1.1 Relaciones comerciales Nicaragua-Estados Unidos	15
6.2.1.2 Relaciones comerciales Nicaragua-U.E. (España, Francia)	18
6.2.1.3 Relaciones comerciales Nicaragua- México	20
<b>VII. DISEÑO METODOLÓGICO</b>	23
7.1 Tipo de estudio	23
7.2 Alcance del estudio	23
7.3 Temporalidad	23

7.4 Enfoque	24
7.5 Metodología y procedimiento	24
7.6 Fuentes de información	24
7.7 Tipos de datos	24
7.8 Análisis de datos	25
7.9 Operacionalización de variables	26
<b>VIII. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS</b>	27
8.1 Descripción comercial del sector económico del camarón de cultivo	27
8.2 Análisis anual de la Concentración/Diversificación del mercado destino del camarón de cultivo nicaragüense.	40
8.3 Apertura comercial	42
8.4 Análisis comercial de las ventajas comparativas de Nicaragua frente a sus principales mercados de camarón de cultivo (EE.UU, España, México y Francia)	47
<b>IX. CONCLUSIONES</b>	53
<b>X. BIBLIOGRAFÍA</b>	56
<b>XI. ANEXOS</b>	59



## **I. INTRODUCCIÓN**

La dinámica e interacción entre las distintas economías, tanto desarrolladas como en vías de desarrollo, da como resultado un punto de análisis, al cual se le determina dinamismo comercial.

Nicaragua es una de las tantas naciones que compiten en ambientes hostiles de economías especializadas y de escalas muy superiores, hecho que genera expectativas muy poco convincentes hacia una perspectiva de justa competencia; sin embargo, no se puede obviar el basto potencial de estas naciones para adentrarse al juego de roles en el mercado mundial dentro del comercio internacional, y con tal recurso, operar como economías de expectativas muy elevadas

La presente investigación es realizada a partir de la importancia que presenta el camarón de cultivo a nivel regional en Centroamérica. Según la CEPAL, Nicaragua ocupa el segundo lugar con una producción de 24,500 toneladas métricas en la región centroamericana, generando ingresos por US\$ 150 millones de dólares, siendo Honduras el primer productor de la región, destacando poco más de 30,000 toneladas métricas, generando US\$ 204.7 millones de dólares en 2013. Lo anteriormente dicho, deja entrevisto que Nicaragua posee un fuerte potencial en el mercado, siendo reconocido en el mercado internacional; posicionándose en España en primera instancia, Estados Unidos como segundo destino en las exportaciones de destino, seguido de Francia, y por último lugar en México.

Se ha requerido realizar una comparación de la economía nicaragüense frente al mercado estadounidense, mexicano, francés y español, para establecer la relación comercial que existe entre estos destinos y la nación; en cuanto al producto de camarón de cultivo que se exporta hacia a cada uno de ellos. Dichos países han venido demostrando un alto grado de importancia para las exportaciones de Nicaragua en su totalidad; solo en la última década, las exportaciones hacia estos, han representado más del 30 por ciento de las exportaciones totales de Nicaragua



en promedio (Anexo, 11.6), dentro de las cuales, el camarón de cultivo representa en promedio el 4.26 por ciento del total exportado.

Este estudio aplicado a Nicaragua, comprende como temática central, el análisis de las exportaciones de camarón de cultivo en el período de 2007-2013 dentro de las exportaciones totales del país, donde se pretende la comprensión de competencia comercial del producto a nivel internacional, desde la perspectiva sustancial y, a la vez, de coyuntura.

Para el presente estudio se emplea la hoja de cálculo Microsoft Excel, y Microsoft Word, de igual manera se calculan los siguientes índices: Balassa, Concentración/Diversificación, Apertura comercial medida a través del comercio total y Apertura comercial a través de las exportaciones totales. Las fuentes principales en los que se sustenta el estudio son: Dirección General de Servicios Aduaneros (DGA) de Nicaragua, Banco Central de Nicaragua (BCN), Instituto Nicaragüense de la Pesca y Acuicultura (INPESCA), al igual que de la fuente internacional de información proporcionada en la página web del órgano funcional, Banco Mundial (BM).



## **II. ANTECEDENTES**

La industria camaronera nicaragüense comenzó en el año 1958, al establecerse en el Caribe la primera planta procesadora de camarones, no obstante el cultivo de camarón marino (*litopenaeusvannemei* y *Istylirostris*) fue desarrollado en los años 80, teniendo un acelerado crecimiento a partir del año 1998, estimando un potencial de 4000 ha. Para su desarrollo, el Programa Regional de Apoyo al Desarrollo de la Pesca del Istmo Centroamericano (PRADEPESCA) exportaba semilla a Honduras, Guatemala y Nicaragua; las larvas del medio natural se utilizaban para sembrarlas en las fincas; sin embargo en octubre de ese año El Salvador sufrió los efectos del huracán Mitch que afectó gravemente las posibilidades de expansión de estos cultivos (Currie, 1995).

Tradicionalmente Nicaragua ha sido un país ganadero, con actividad de pesca extractiva en ambos océanos. En 1982, el gobierno inicia un programa de agro agricultura y de repoblamiento de embalses, actividad que se desarrolló durante toda la década de los 80. En esos años se trabajaba con tilapia del Nilo (*Oreochromisniloticu*) y tilapia aurea (*Oreochromisaureus*), guapote (*Cichlasomamanagüense*), y se introdujo carpas al país. Sin embargo, el gobierno a finales de los 80 decidió cerrar el programa piscícola y concentrar sus esfuerzos en el cultivo de camarón que parecía más promisorio. En 1988, se realizó, con apoyo de la FAO, la primera aproximación evaluativa de los terrenos aptos para la actividad camaronera en la costa del Pacífico. Los resultados del estudio indicaron un área aproximada de 39,250 ha, de las cuales el 72 por ciento (28150 ha) se encontraba en el Estero Real cerca del Golfo de Fonseca; el resto se distribuye en terrenos cercanos a los esteros de Aserradores, Padre Ramos y Río Tamarindo en la costa del Pacífico. Todos ellos en la zona noroccidental de Nicaragua. La actividad camaronera, se desarrolla en su totalidad en la zona noroccidental del país en los departamentos de Chinandega y un porcentaje muy pequeño en el de León (Chapuis, 2011).

A partir de 1990, inversionistas nacionales y extranjeros se interesaron en la camaronicultura, llegando a solicitar concesiones de terrenos que suman



actualmente 19,869 ha en el Estero Real de las cuales 5,115 están en manos de cooperativas y 13,538 les pertenecen a empresas y personas naturales. A inicios de 1998 existían 8,299 ha en producción. Sin embargo en octubre, después de la tormenta tropical que azotó a Nicaragua, y especialmente del Huracán Mitch, las hectáreas en producción se redujeron en un 25 por ciento, lo que equivale a la pérdida en área de producción de 2,108 ha en ese año. Durante 1999 la camaronicultura tuvo un decrecimiento debido a los efectos del Mitch en el año anterior y a la afectación del virus de la mancha blanca que se presentó en ese año (Chapuis, 2011).

A partir del año 2001, el cultivo de camarón ha ido experimentando crecimiento constantemente hasta tener en el 2010 aproximadamente 13,500 ha con aproximadamente 16,000 toneladas de producción, de las cuales más del 85 por ciento son producidas por empresarios de forma semi intensivas y el resto por cooperativas, las que producen mayormente de forma extensiva (Chapuis, 2011).

Por otro lado, en la presente investigación como principal antecedente podemos mencionar un estudio realizado en Uruguay, titulado “*Análisis de la estructura exportadora del Uruguay*”. En particular, en este documento se estudia el grado de diversificación (concentración) de las exportaciones uruguayas a nivel de productos y a nivel destino, comparando la situación real con la observada en los principales competidores identificados para la oferta exportable uruguaya (Chapuis, 2011).

Los autores de este estudio utilizaron como índice de dinamismo comercial el IHH, el cual sirve como referencia. Analizaron el grado de Diversificación/Concentración en las exportaciones a nivel de destino y producto por medio del cálculo del Índice de Concentración de Herfindahl- Hirschmann (IHH). Entre los principales resultados, se destaca que las exportaciones uruguayas en 2010 estaban más concentradas a nivel de productos que las exportaciones de sus principales competidores (con excepción de Australia). Por otra parte, a nivel de destino, las exportaciones uruguayas tienen un nivel intermedio de concentración. Asimismo, en la última década se produjo una clara diversificación de las exportaciones uruguayas



por destino, comportamiento similar al observado en el caso de los competidores (Chapuis, 2011).

También se tomó en cuenta una investigación de la Federación Colombiana de Agentes Logísticos en Comercio Internacional (FITAC), titulada “*¿Qué tan útil es el índice de similitud para Colombia?*” quienes indican el nivel de utilidad de los índices comerciales, en este caso, ellos tomaron en cuenta el índice de similitud para Colombia y su utilidad, recopilaron datos de 2009- 2012 para estudiar las exportaciones FOB de Colombia y la participación de los países: Chile, Ecuador y Perú. Y al momento de ser estudiados llegaron a la conclusión de que al país que deberían exportar más sus productos sería a Chile. Esta es una excelente manera de tomar en cuenta a países a los cuales una nación exporta y la incidencia del más provechoso (CEPAL, 2008).

El gobierno de Chile a través del ministerio de relaciones exteriores y la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (DIRECON) con el Departamento de Estudios e Informaciones, realizó una investigación para enero del 2010, el cual fue titulado “*Evolución de la concentración de las exportaciones Chilenas (1996-2008)*” sus datos fueron tomados de DIRECON sobre la base de cifras del sistema Web para el manejo de la información de comercio exterior y apoyo al proceso de nacionalización de mercancías (WEBCOMEX) ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia (DIAN). Tomaron en cuenta el IHH, quienes afirman que dicho índice les permite cuantificar el grado de diversificación a nivel de productos, mercados o empresas existentes en las exportaciones chilenas. Los resultados presentan una clara similitud al índice a nivel de productos, con un quiebre en la tendencia de diversificación en el año 2003. Sin embargo, el aumento en el nivel de concentración que ocurre desde el año 2003 a 2007 pareciera ser menos fuerte que el presente a nivel de productos (DIRECON, 2010).

Durante el proceso de la investigación, no se encuentran estudios realizados en Nicaragua que analicen el dinamismo comercial con sus principales socios en este rubro.



### **III. JUSTIFICACIÓN**

Cada país posee un potencial económico en recursos naturales que lo hacen indispensable con respecto a toda sociedad que demande dichos recursos. Nicaragua, es una nación con una estratégica posición geográfica para el desempeño en sectores que corresponden a las actividades agrícolas, pecuarias, de selvicultura y de pesca. Además, es una de los pocos países con un alto potencial en recursos acuíferos; posee dos costas, pacífico y mar caribe, las cuales suman al 8 por ciento de territorio que corresponde al vital líquido, agua.

Datos del Centro de Exportaciones e Inversiones de Nicaragua (CEI), reflejan que las exportaciones de camarón para el 2013 alcanzaron el 3 por ciento del total exportado del país. Sin embargo según CEI, existe una gran cantidad de pequeñas cooperativas dedicadas al camarón que necesitan de apoyo en infraestructura y capacitación en investigación de mercados, para seguir desarrollándolo.

La importancia de la industria nicaragüense de camarón se destaca por su participación en el comercio internacional; siendo Nicaragua el cuarto proveedor a nivel latinoamericano, siendo superado por Panamá, Ecuador y Honduras (CEPAL, 2014). Por lo tanto se requiere de investigaciones científicas que aporten información para la toma de decisiones en la industria.

Según datos de la Cámara de Pesca de Nicaragua (CAPENIC), Norte América y Europa son los principales compradores del producto pesquero; destacándose en los primeros lugares, Estados Unidos, México, España y Francia; por tal motivo se contempla la relevancia de este mercado internacional para el país.

A través del presente documento se contribuye a la comprensión de la importancia del sector camaronero como un producto primordial de exportación para la nación. Del mismo modo es de utilidad para futuras generaciones que pretendan esta línea de investigación, referente a sectores de alto peso económico en cuanto a recursos que posee el país y su posible aprovechamiento para el crecimiento de la nación.



#### **IV. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Nicaragua es uno de los países centroamericanos más abiertos al libre comercio internacional y uno de los principales países productores de camarón de cultivo, siendo el segundo país más exportador después de Honduras (CEPAL, 2014).

La necesidad del intercambio comercial a como se conoce tiene su origen en el acceso limitado a diversos recursos importantes para la subsistencia de una sociedad, por lo que Nicaragua depende del comercio internacional para la obtención de una mejoría interna.

Nicaragua está bien posicionada para aprovechar la tendencia, ya que la industria y el país han trabajado en aumentar y diversificar mercados, y optimizar calidad y eficiencia de producción de este bien. Además, Nicaragua está en condiciones de superar sus exportaciones anteriores debido a que tiene mayor productividad y mejor calidad del rubro en relación con los demás países centroamericanos. Las políticas a implementar para incrementar la producción de camarón de cultivo se centran en el uso de mejores tecnologías, con el fin de elevar la calidad y los rendimientos sin incrementar las hectáreas de cultivo.

Sin embargo, países exportadores como Nicaragua enfrentan condiciones complejas y altamente competitivas en el mercado mundial, por lo que se ven obligados a incrementar su producción y exportaciones con mayor calidad para sustentar la demanda.

Las exportaciones de camarón de cultivo de Nicaragua tienen como destino principal los mercados de España, Estados Unidos, Francia y México (DGA, 2013).

Ante esta situación se plantea la siguiente interrogante:

¿Qué relación comercial existe entre Nicaragua y los principales países demandantes en las exportaciones de camarón de cultivo?



## **V. OBJETIVOS**

### **5.1 General:**

- ✓ Analizar las relaciones comerciales de Estados Unidos, México, Francia y España con Nicaragua en las exportaciones de camarón de cultivo.

### **5.2 Específicos:**

- ✓ Describir el comportamiento de las exportaciones de camarón de cultivo de Nicaragua en el período 2007-2013.
- ✓ Determinar el Índice de Concentración/Diversificación de las exportaciones del rubro en estudio para el caso de Nicaragua.
- ✓ Comparar el grado de Apertura comercial de los países en estudio.
- ✓ Identificar el país que posee ventajas comparativas en las exportaciones de camarón de cultivo.



## **VI. MARCO TEÓRICO**

### **6.1 Marco conceptual**

#### **6.1.1 Comercio internacional**

Los mercados internacionales son competitivos no solamente por la disponibilidad de los factores de producción básicos, sino por la adaptación y asimilación de nuevos elementos constitutivos de los factores como son los correspondientes al capital y a la mano de obra, en lo pertinente a la formación, preparación, calificación y especialización, así como a la asimilación de tecnologías pertinentes al manejo de los fenómenos macroeconómicos que interfieren en la valoración de los capitales financieros, representados en instrumentos y herramientas que contribuyen a compensar los flujos de caja y hacer realmente competitivas las economías internacionales.

Incluso las de países con reducidos factores de producción según la connotación tradicional, pero con potenciales elementos innovadores que encajan dentro de la clasificación de los factores a la luz de la posmodernidad económica, ampliando el espectro de la conceptualización de la teoría económica en lo relativo al comercio internacional (Mayorga & Martínez, 2008).

El comercio internacional hace referencia al movimiento que tienen los bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados. Se realiza utilizando divisas y está sujeto a regulaciones adicionales que establecen los participantes en el intercambio y los gobiernos de sus países de origen. Al realizar operaciones comerciales internacionales, los países involucrados se benefician mutuamente al posicionar mejor sus productos, e ingresar a mercados extranjeros.

Es decir, incorpora las transacciones globales de los productos, como por ejemplo el precio del petróleo, que está sujeto a un cambio en su precio en razón del comercio internacional. De manera que el petróleo se ve afectado por los sucesos económicos y comerciales del mundo. Éste se diferencia del comercio exterior, que es un país en específico o un bloque comercial el que establece relaciones de intercambio comercial con el resto del mundo (INCENA).



El comercio internacional es el intercambio de bienes o servicios de una nación a otra, en donde se benefician tanto la nación que vende, o exporta, como la que compra, o importa.

### **6.1.2 Producto Interno Bruto (PIB)**

El PIB reúne toda la actividad económica generada en un país, es decir, la producción total de bienes y servicios finales, producidas en una economía durante un año (BCN, 2012).

### **6.1.3 Exportaciones**

Representa el gasto del resto del mundo en bienes y servicios producidos por las empresas nacionales.

### **6.1.4 Importaciones**

Representa el gasto de las empresas nacionales en bienes y servicios producidos en el resto del mundo (Parkin, 1995).

### **6.1.5 Modelo Ricardiano de la ventaja comparativa**

Los países participan en el comercio internacional por dos razones básicas, cada una de las cuales contribuye a sus ganancias de comercio. En primer lugar, los países comercian porque son diferentes. Las naciones, los individuos pueden beneficiarse de sus diferencias mediante una relación en la que cada uno hace aquello que sabe hacer relativamente bien. En segundo lugar, los países comercian para conseguir economías de escala en la producción. Es decir, si cada país produce solo una gama limitada de bienes, puede producir cada uno de esos bienes a una escala mayor y, por tanto, de manera más eficiente que si intentara producir todo.

Al estar el mundo en su conjunto produciendo más, es posible, aumentar el nivel de vida de todo el mundo.

La razón por la que el comercio internacional produce este aumento de la producción mundial es que permite que cada país se especialice en la producción del bien en el que dispone de ventaja comparativa. Un país tiene ventaja comparativa en la producción de un bien si el coste de oportunidad en la producción



de este bien, en términos de otros bienes, es inferior en este país de lo que lo es en otros países, es decir, el comercio entre dos países puede beneficiar a ambos países si cada uno exporta los bienes en los que tiene una ventaja comparativa (Krugman & Obstfeld, 2001).

### **6.1.6 Ventaja absoluta**

Según Adam Smith, el comercio entre dos naciones está basado en la ventaja absoluta. Cuando una nación es más eficiente que otros (o tiene una ventaja absoluta) en la producción de una mercancía, pero es menos eficiente que otra nación (o tiene una desventaja absoluta) al producir una segunda mercancía, entonces ambas naciones pueden ganar si se especializan en la producción de la mercancía de su ventaja absoluta e intercambia parte de su producción con la otra nación, a cambio de la mercancía de su desventaja absoluta. Mediante este proceso se utilizan los recursos de la manera más eficiente y la producción de ambas mercancías aumenta. Este aumento en la producción de ambas mercancías mide las ganancias de la especialización en la producción disponible para ser compartidas entre ambas naciones por medio de intercambio.

### **6.1.7 Ley de la ventaja comparativa**

Según la ley de la ventaja comparativa, aun cuando una nación es menos eficiente que otra (o tiene una desventaja absoluta) en la producción de ambas mercancías, queda todavía la posibilidad de comercio mutuamente benéfico. La primera nación debe especializarse en la producción y exportación de la mercancía en la que resulte menor su desventaja absoluta (es decir, la de su ventaja comparativa) e importar la mercancía en la que su ventaja absoluta sea mayor (esta es la de su desventaja comparativa) (Salvatore, 1999).

### **6.1.8 Índices de dinamismo comercial**

#### **6.1.8.1 Índice de Concentración/ Diversificación (Herfindahl Hirschmann)**

Es posible medir el grado de diversificación, concentración o ambos a partir del cálculo del Índice de Herfindahl Hirschmann (IHH), medida que tiene la propiedad de ponderar el peso de cada producto y país en el total de su comercio, de modo que si el valor exportado es reducido, tiene una influencia pequeña en el indicador final, y



viceversa. Esto se controla al tomar el cuadrado de las participaciones de cada país. Formalmente, el índice HH se calcula en la siguiente forma:

(6.1)

$$IHH = \left( \sum_{j=1}^n P_i^2 - \frac{1}{n} \right) / \left( 1 - \frac{1}{n} \right)$$

Dónde:  $P_i = X_{ij} / XT_i$  indica la participación de mercado del país j en las exportaciones del país i en el total de sus exportaciones al mundo (XT). La suma de los cuadrados de todas las participaciones se conoce como Índice de Herfindahl.

El Índice de Herfindahl Hirschmann ha sido utilizado en la literatura sobre economía industrial como indicador de la concentración de los mercados. Un índice mayor de 0.18 se considera como un mercado “concentrado”. Entre 0.10 y 0.18 “moderadamente concentrado”, mientras el rango entre 0.0 y 0.10 se considera “diversificado” (CEPAL, 2008).

#### 6.1.8.2 Índice de Apertura comercial

Se denomina apertura comercial a la capacidad de un país de transar bienes y servicios con el resto del mundo, lo cual depende mucho del nivel de las llamadas barreras arancelarias y para-arancelarias establecidas por el país. En la literatura económica podemos encontrar aquellos que sostienen que una economía más abierta crecerá más rápidamente, mientras otros defienden que medidas proteccionistas pueden contribuir con la buena performance económica de los países (ALMADA, 2009).

(6.2)

$$A_{XT} = \frac{X}{PIB} * 100$$

Donde  $A_{XT}$  se define como el índice de Apertura comercial medido a través de las exportaciones totales, siendo este el cociente de las exportaciones entre el Producto Interno Bruto; multiplicado por cien.



(6.3)

$$A_{CT} = \frac{X+M}{PIB} * 100$$

Donde  $A_{CT}$  es el índice de Apertura comercial medido a través del comercio total del país. Esto no es más que el cociente de las exportaciones del país en estudio (X) sumado a las importaciones (M) del mismo, divididas entre el Producto Interno Bruto; multiplicado por cien.

### 6.1.8.3 Índice de Balassa o índice de ventaja comparativa revelada

Este índice es utilizado para analizar las ventajas o desventajas comparativas de los intercambios comerciales de un país con sus socios comerciales o diversos grupos de países (CEPAL, 2008). Su versión más simple es:

(6.4)

$$IB_{ij}^k = \frac{X_{ij}^k / XT_{ij}}{X_{iw}^k / XT_{iw}}$$

Dónde:

$IB_{ij}^k$  = Índice de Balassa (ventaja comparativa revelada) del producto k al país i.

$X_{ij}^k$  = Exportaciones del producto k realizadas por el país i al mercado j.

$XT_{ij}$  = Exportaciones totales realizadas por el país i al mercado j.

$X_{iw}^k$  = Exportaciones del producto k realizadas por el país i hacia al mundo.

$XT_{iw}$  = Exportaciones totales realizadas por el país i hacia el mundo w.



Mide también el grado de importancia de un producto dentro de las exportaciones de un mercado a otro mercado, versus la importancia de las exportaciones del mismo producto en las exportaciones del mismo producto hacia el mundo.

El índice puede tomar valores positivos o negativos. Un índice negativo/positivo será indicativo de un déficit/superávit en el total del comercio, y expresa una desventaja/ventaja en los intercambios comerciales. En otras palabras, un índice de VCR mayor que cero será indicativo de la existencia de un sector competitivo con potencial; y un índice negativo, de un sector importador neto carente de competitividad frente a terceros mercados.

Éste índice forma parte de la familia de indicadores de ventaja comparativa revelada, y es el más conocido. También, se le suele denominar Índice de Balanza Comercial Relativa (IBCR), ya que está construido sobre el saldo comercial como información de referencia en el numerador, en relación al total de intercambios comerciales.

La realización del cálculo simultáneo del mismo indicador tanto para diversas subregiones y/o países (como la Unión Europea y América Latina), permitirá verificar dónde se encuentran las principales ventajas comparativas para cada país o región, así como también, observar en qué sectores hay mayor o menor coincidencia estructural. El cálculo del indicador puede realizarse utilizando series temporales.

Para explicar un poco más el análisis de este indicador, se hace con ayuda de la siguiente escala:

- Entre +0.33 y +1      **➡**      Existe una ventaja para el país.
- Entre -0.33 y -1      **➡**      Existe una desventaja para el país.
- Entre -0.33 y +0.33      **➡**      Existe tendencia hacia un comercio intraproducto.

Otra variante de este índice puede ser realizada mediante el uso del coeficiente de las importaciones mundiales a nivel de producto como denominador del coeficiente de exportaciones a nivel de producto. De esta forma, cuando se analiza la



participación a nivel de producto y al realizar la relaciona con las importaciones mundiales, se puede obtener lo que se denomina como Índice de Especialización (CEPAL, 2008).

Para una mejor tratabilidad y análisis del IVCR, el índice se puede normalizar a un máximo de 1 y un mínimo de 1, de la siguiente forma:

(6.5)

$$IVCR\ NORM = \frac{IVCR-1}{IVCR+1}$$

## **6.2 Marco referencial**

### **6.2.1 Relaciones comerciales**

A lo largo de la historia del comercio, los países y regiones han tenido la necesidad del intercambio entre naciones. Durante años se ha considerado que el ser humano ha establecido relaciones comerciales, abriendo puertas a los mercados hacia otros países.

Por lo tanto, las relaciones comerciales son intercambios que se dan entre países o regiones a través de la apertura comercial, estos intercambios pueden ser políticos, culturales, tecnológicos, y así como también el intercambio de productos y servicios. Son aquellas actividades productivas que realizan los agentes involucrados (comprador y vendedor), con el fin de mantener su producto o servicio dentro del mismo mercado y satisfacer sus necesidades respectivamente (IPN, 2009).

#### **6.2.1.1 Relaciones comerciales Nicaragua-Estados Unidos**

La Asamblea Nacional de Nicaragua aprobó un tratado con Estados Unidos y República Dominicana (DR-CAFTA) el 10 de octubre del 2005, siendo aprobado para entrar en vigencia el 01 de abril del 2006 (Rivas, 2008).

El intercambio comercial de Nicaragua con Estados Unidos de América durante los últimos cuatro años registró una tendencia creciente hasta el 2012 con tasas de



crecimiento interanuales del 18.8 por ciento en el 2011 y 11.5 por ciento en el 2012, ya que en el 2013 este intercambio se redujo en 6.7 por ciento, resultando al final del período una tasa de variación promedio anual del 7.3 por ciento. De esta forma el monto del intercambio comercial en el 2013 llegó a US\$ 2,973.6 millones de dólares.

Las exportaciones de mercancías de Nicaragua con destino a los Estados Unidos de América alcanzaron en el 2013 un total de US\$ 2,067.6 millones de dólares, equivalentes a un volumen físico de 413.5 miles de TM.

Del total de mercancías exportadas, sobresale una canasta de veinte productos, los cuales concentraron en ambos años una participación en torno al 96 por ciento con respecto al valor total exportado. Estos productos corresponden a las prendas y complementos de vestir, excepto de punto, prendas y complementos de vestir de punto, oro en bruto, café oro, carne de bovino, puros y puritos de tabaco, hilos, cables y demás conductores eléctricos, langostas, camarones, azúcar de caña, pescado entero, aceite en bruto, bananos, artículos de tapicería, quesos, calzado de cuero, moluscos y otros invertebrados, melaza de caña, desechos de cobre, y frijoles rojos.

Actualmente un 40 por ciento de la producción de estos rubros está destinada a los mercados de los Estados Unidos y otro 30 por ciento al exigente mercado europeo, destaca el informe semestral de INPESCA (Cotto, 2013).

El valor de las importaciones totales de mercancías que Nicaragua realizó procedentes del mundo durante 2010-2013, observó una tendencia creciente hasta el 2012, con crecimientos interanuales del 20.3 por ciento y 16.9 por ciento, para luego registrar una caída en el 2013 del 8.6 por ciento, concluyendo el cuatrienio con una tasa de variación promedio anual del 9.5 por ciento. Los valores anuales de las mercancías importadas ascendieron a US\$ 4.2, US\$ 5.0, US\$ 6.0 y US\$ 5.5 miles de millones de dólares.

Las importaciones originarias específicamente de los EEUU tuvieron una evolución similar pero con tasas interanuales menores en el caso de los crecimientos y



mayores en el de la reducción, siendo éstas del 9.3 por ciento en 2011, 14.6 por ciento en el 2012 y la contracción del 16.8 por ciento en el 2013, afectando esta última el cierre del período al presentar una tasa media anual de reducción del 6.9 por ciento. Los montos importados procedentes de EEUU correspondieron a US\$ 0.8, US\$ 0.9, US\$ 1.0 y US\$ 0.9 miles de millones de dólares.

Conforme a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), de las exportaciones totales de Nicaragua hacia los Estados Unidos en el 2013, cuyo monto fue de US\$ 2,067.6 millones de dólares, el 89.2 por ciento de ellas que equivalieron a US\$ 1,844.1 millones de dólares, correspondieron a mercancías provenientes de las actividades económicas de las industria manufacturera, aglutinando así la mayor concentración. En segundo lugar, se ubicaron las exportaciones de productos procedentes de las actividades de agricultura, ganadería, caza y silvicultura con un total de US\$195.2 millones de dólares, cuyo monto registró tasa de reducción interanual del 21.4 por ciento, razón por la cual su participación en el total de las exportaciones disminuyó del 2012 al 2013 en 2.4 puntos porcentuales. En la tercera posición de la clasificación CIIU de las exportaciones se ubican las originadas por la pesca, particularmente las de explotación de criaderos de peces y granjas piscícolas con un monto exportado de US\$ 27.9 millones de dólares, las cuales en el 2013 registraron una tasa interanual de crecimiento del 26.6 por ciento (MIFIC, 2014).

Según datos del Instituto de la Pesca y Acuicultura (INPESCA), en el período del 2012 las exportaciones de productos pesqueros y acuícolas de Nicaragua hacia el resto del mundo consiguió cifras de hasta 64 millones de libras exportadas, donde el primer captador de estos alimentos marinos han sido los Estados Unidos de Norte América, siendo éste el mercado más representativo con 33 unidades porcentuales correspondiente a aproximadamente 21 millones de libras de este producto.

Las cifras de Estados Unidos experimentaron un descenso en el siguiente período, donde éste solo alcanzó a representar un 26 por ciento del total de lo exportado hacia el mercado internacional, hecho que al contemplarse se agrava con la



participación de los mercados orientales hacia Taiwán y hacia su país vecino México.

### **6.2.1.2 Relaciones comerciales Nicaragua-U.E. (España, Francia)**

La Unión Europea es una comunidad de países integrados entre sí, con una unión aduanera que comparten un mercado común con libre circulación de mercancías, servicios, capital y personas pero no posee un tratado bilateral firmado principalmente con Nicaragua.

La Unión Europea, concede desde 1971, preferencias comerciales a los países en desarrollo en el marco del sistema generalizado de preferencias arancelarias (Rivas, 2008).

La negociación y firma del Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea, fue el resultado de una relación iniciada entre ambas regiones hace más de dos décadas, que ha ido evolucionando y diversificándose con el tiempo. Antes del Acuerdo de Asociación, la Unión Europea otorgaba preferencias comerciales unilaterales para los productos centroamericanos en el marco del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP+). Además, se reconocía como uno de los donantes más importantes para la región centroamericana, con una inversión en cooperación a nivel bilateral y regional equivalente a 860 millones de euros, durante el período 2007-2013.

Con la aprobación y entrada en vigencia del Acuerdo de Asociación, se marcó el inicio de una nueva etapa en las relaciones entre Centroamérica y la Unión Europea, sentando las bases para crear una asociación estratégica de largo plazo.

El total exportado por Nicaragua a la Unión Europea en el 2013 alcanzó un monto de US\$ 328.05 millones de dólares, lo cual denota una tasa de crecimiento medio anual del 6.61 por ciento durante el período 2011-2013.

Mientras que las importaciones provenientes de los países de la Unión Europea alcanzaron en 2013 un monto de US\$ 315.72 millones de dólares, registrando una tasa de crecimiento media anual del 9.88 por ciento durante el período.



En el 2013, los intercambios comerciales entre Nicaragua y la Unión Europea ascendieron a US\$ 643.77 millones de dólares, los que al compararse con el intercambio comercial del año 2011, reflejan un crecimiento promedio del 8.18 por ciento, y explicado por incrementos promedios de las exportaciones e importaciones hacia y desde la Unión Europea en 6.61 por ciento y 9.88 por ciento para cada caso respectivamente.

Los principales países de destino de los productos nicaragüenses exportados a la Unión Europea en el 2013 fueron: España, Francia, Reino Unido, Alemania, Italia y Bélgica, los cuales en su conjunto aglutinaron el 82 por ciento de participación del monto total exportado en ese año.

En lo que respecta a la relación comercial con Nicaragua, en el 2013, España se convirtió en el primer país de destino de las exportaciones realizadas a la Unión Europea como bloque, con un monto de US\$ 80.86 millones de dólares, representando una participación del 24.65 por ciento del total exportado. Aquí se destacan los camarones y el café oro como los principales productos exportados y representan el 91.98 por ciento del total exportado por Nicaragua a España en el 2013.

En el 2013, Francia se convirtió para Nicaragua en el segundo país de destino de las exportaciones realizadas a la Unión Europea como bloque, con un monto de US\$ 51.25 millones de dólares, representando una participación del 15.62 por ciento del total exportado. Aquí se destacan las langostas, aceite en bruto, y camarones como los principales productos exportados y representan el 81.49 por ciento del total exportado por Nicaragua a Francia en el 2013 (MIFIC, 2014).

Si bien es cierto, la destacada participación del mercado norteamericano como principal mercado internacional de Nicaragua, los acuerdos realizados por parte de la región centroamericana con la Unión Europea han sido de gran aporte para la economía nicaragüense. El mercado europeo correspondiente a Francia y España, en específico, en el período de 2012 representó el 38 por ciento de las exportaciones de productos pesqueros y acuícolas (INPESCA, 2014).



### **6.2.1.3 Relaciones comerciales Nicaragua- México**

El Gobierno de Nicaragua y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos, a través de sus respectivos plenipotenciarios suscribieron un Acuerdo de Alcance Parcial, el día ocho de abril de 1985, en la ciudad de México; aprobado y ratificado por Nicaragua mediante Decreto No. 186 de 24 de abril de 1986, publicado en La Gaceta No. 81 de 25 abril de 1986.

Posteriormente dicho acuerdo fue ampliado y mejorado mediante un Tratado de Libre Comercio bilateral (TLC Nicaragua- México)(Rivas, 2008).

La producción y pesca de camarón, que incluye camarón de cultivo y marino, cayó en un 17.8 por ciento en los primeros cinco meses de 2013, con respecto al período de 2012.

Entre enero y mayo de 2012, la producción y pesca de camarón sumaron 8.6 millones de libras, pero en el mismo período de 2013 el volumen fue de 7.09 millones de libras, según el Banco Central de Nicaragua, BCN.

Los principales destinos para el camarón de cultivo nicaragüense han sido España, otros países de Europa y Estados Unidos.

Pero debido a la crisis financiera, que amenaza a algunas economías europeas, el mercado de las exportaciones nicaragüenses se ha diversificado hacia Egipto, China, Rusia, Puerto Rico y México (Cotto, 2013).

Las exportaciones de mercancías de Nicaragua con destino a los Estados Unidos Mexicanos, alcanzaron en el 2013 un total de US\$ 607.6 millones de dólares, equivalentes a un volumen físico de 99.5 miles de TM. Ambas magnitudes experimentaron en dicho año tasas de crecimiento interanual con relación al 2012 del 26 por ciento y 25 por ciento para el volumen y los valores exportados respectivamente.

Del total de mercancías exportadas, sobresale una canasta de quince productos, los cuales concentraron en ambos años una participación del 98 por ciento y 99 por ciento con respecto al valor total exportado. Estos productos corresponden a los



hilos, cables y demás conductores eléctricos, maní sin cocer, camarones, aceite en bruto, otros camarones langostinos y decápodos, desechos de cobre, prendas y complementos de vestir, excepto de punto, productos de panadería, pastelería o galletería, filete de pescado, pescado entero, ron; ajonjolí, langostas, tejidos de algodón, y los cueros y pieles de equino procesado.

La participación del mercado camaronero es de vital importancia para el dinamismo comercial de Nicaragua con el país socio México, donde el crecimiento de las exportaciones de camarón representa una actividad sustentable para la economía nacional.

Es notorio que algunas ventajas consignadas en el acuerdo han permitido dinamizar el comercio de Nicaragua con México. Entre las más destacadas se encuentran: a) la simplificación de los trámites sobre las normas de origen, ya que mediante el TLC existirá un solo certificado de origen para todos los países; b) se permitirá la acumulación regional, es decir, que se podrán utilizar materiales originarios de cualquier de los países miembros del tratado para la producción de los bienes finales de exportación; y c) se mantienen y retoman actividades del Comité de Integración Regional de Insumos (CIRI), el cual se encarga de dictaminar situaciones de desabastecimiento de materias primas, de manera tal que le permite a las industrias abastecerse en otros mercados, conservar el origen para sus productos y exportar bajo las preferencias del TLC.

En las oportunidades comerciales con México se debe considerar profundizar y ampliar los productos que ya se están exportando hacia ese país, tanto los del régimen general como de zonas francas, pues estos últimos han logrado concentrar una participación con relación al valor total exportado del 82 por ciento en el 2010 al 89 por ciento en el 2013.

Sobre el particular, las zonas francas se han convertido en un instrumento por excelencia para la generación de empleo, la atracción de inversión extranjera, la transferencia de tecnología, la diversificación productiva, la ampliación de la oferta exportable y la mejora en las modalidades de inserción internacional, por lo que



Nicaragua debe realizar acciones que apunten al logro y consolidación de esos objetivos.

De forma más amplia, es necesario mejorar y desarrollar las capacidades productivas de todos los agentes económicos nacionales para hacer más competitivos los productos nicaragüenses, considerando una íntima articulación del sector agropecuario con el industrial y de éstos con el de los servicios, el cual representa actualmente el crecimiento más dinámico del comercio internacional. El sector industrial requiere una especial atención, sobre todo si dentro del TLC se contempla la posibilidad de una integración productiva y económica entre los países de Centroamérica y México, al permitir la acumulación regional, la cual facilita la utilización de materiales originarios de los países miembros del tratado para la producción de una mercancía final.



## **VII. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **7.1 Tipo de estudio**

La presente investigación es de tipo descriptivo puesto que se orienta a observar, conocer y describir el comportamiento comercial que ha tenido el camarón de cultivo durante el período 2007-2013 con los diferentes países de estudio. Los estudios de tipo descriptivo consisten, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

### **7.2 Alcance del estudio**

El presente estudio se centra en el análisis de las relaciones comerciales de Estados Unidos, México, Francia y España con respecto a Nicaragua en las exportaciones de camarón de cultivo, en el período 2007-2013, para determinar el dinamismo comercial de este producto dentro del mercado exportador de Nicaragua hacia los países de destino, puesto que Nicaragua es el segundo país centroamericano con mayor producción de camarón de cultivo (CEPAL, 2014). Para ello se toman en cuenta las variables, PIB para cada país en estudio, las exportaciones totales de bienes y servicios de Nicaragua hacia el mundo, las exportaciones totales de bienes y servicios de Nicaragua hacia cada país en estudio, las exportaciones totales de camarón de cultivo de Nicaragua hacia el mundo, las exportaciones de camarón de cultivo de Nicaragua hacia cada país de estudio y las importaciones totales de cada país en estudio con respecto al mundo durante los años 2007-2013.

Lo que se pretende hacer en la presente investigación, es comprobar a través de índices de dinamismo comercial, datos económicos y teoría que respalde el estudio, el aporte que ha tenido este producto durante los años de estudio, el grado de apertura e identificar el país que posee ventajas comparativas.

### **7.3 Temporalidad**

El estudio se realiza con datos de series de tiempo anuales, en el periodo 2007-2013.



#### **7.4 Enfoque**

El estudio es de enfoque cuantitativo porque se realizan cálculos con técnicas estadísticas para el análisis de cada índice y consecuentemente para describir el comportamiento de los mismos.

#### **7.5 Metodología y procedimiento**

La obtención de datos es parte fundamental del proceso de investigación para la estimación y análisis, los datos económicos son tomados anualmente y para una mejor tratabilidad de los resultados se utilizan fórmulas proporcionadas por la Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL).

#### **7.6 Fuentes de información**

Las fuentes son hechos o documentos a los que acude el investigador y que le permite tener información. Las técnicas son los medios empleados para recolectar la información.

Los datos obtenidos para esta investigación son de fuente secundaria, en donde la información es extraída de libros y documentos de publicación oficiales.

#### **7.7 Tipos de datos**

Los datos presentados en este documento son de serie temporal de carácter anual, obtenidos de fuentes referentes a las bases de datos de: Dirección General de Servicios Aduaneros (DGA) de Nicaragua, Banco Central de Nicaragua (BCN), Instituto Nicaragüense de la Pesca y Acuicultura (INPESCA), al igual que de la fuente internacional de información proporcionada en la página web del órgano funcional, Banco Mundial (BM).

Los datos recolectados se encuentran medidos en millones de dólares para factibilidad funcional del período de 2007-2013.

Los datos de exportaciones de camarón corresponden a los informes anuales pesqueros y acuícolas de INPESCA, que para comodidad y veracidad de los datos se incluyen en estos, los datos de exportación de las empresas privadas y públicas del país. Para la obtención de los datos de las exportaciones totales del país, se utilizaron las bases estadísticas de la Dirección General de Servicios Aduaneros del



país, esto para un mejor control de las exportaciones de bienes del país, incluidas las exportaciones nacionales y las correspondientes a las empresas privadas.

En la obtención y ejecución de los datos referidos a la elaboración del Índice de Concentración (IHH) y demostración de la apertura comercial del país, se extrajeron de la base de datos del órgano internacional, Banco Mundial, los cuales corresponden a las importaciones y exportaciones de cada país destino y el de la nación misma en estudio. Del mismo modo, se extrajo de dicha base de datos el Producto Interno Bruto de cada país en cuestión con año base 2005.

### **7.8 Análisis de datos**

Para el cálculo y análisis de los índices de dinamismo comercial, se utiliza como herramienta el paquete de Microsoft Excel en el cual se introducen los datos de cada variable para que seguidamente se analicen los resultados mediante tablas comparativas y gráficos. De igual modo se utiliza Microsoft Word 2013 para la redacción y estética de la investigación. También se utiliza el programa Prezzi-desktop para la presentación didáctica de esta investigación.



## 7.9 Operacionalización de variables

**Tabla N° 1 Operacionalización de las variables**

<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Tipo de variable</b>	<b>Unidad de medida</b>
<b>Producto Interno Bruto</b>	Es la producción total de bienes y servicios finales en una economía durante un año. (BCN, 2012)	Cuantitativa	Millones de dólares.
<b>Importaciones</b>	Representa el gasto de las empresas nacionales en bienes y servicios producidos en el resto del mundo. (Parkin, 1995)	Cuantitativa	Millones de dólares.
<b>Exportaciones</b>	Representa el gasto del resto del mundo en bienes y servicios producidos por las empresas nacionales (Parkin, 1995).	Cuantitativa	Millones de dólares.
<b>Exportaciones de camarón de cultivo hacia cada país</b>	Cantidad de camarones cultivados, comercializados y enviados a cada país de destino desde un país en particular (INPESCA, 2014).	Cuantitativa	Millones de dólares.



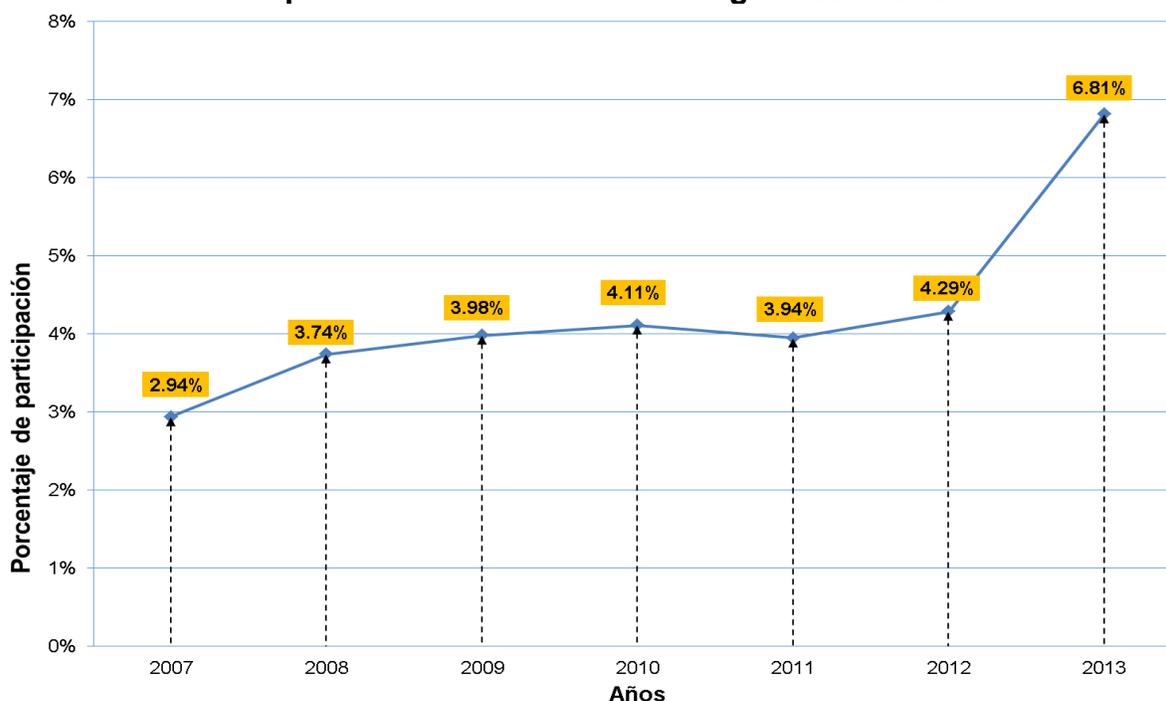
## VIII. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

### 8.1 Descripción comercial del sector económico del camarón de cultivo

La producción y exportación de camarones es una de las bases de la economía nicaragüense, estas representan en promedio el 4.26 por ciento del total exportado hacia el exterior. Actualmente la situación del sector ha adquirido mayor fortaleza en su comercialización en el mercado internacional, representando en 2013 el 6.81 por ciento del producto total generado por las exportaciones de la nación.

El crecimiento de la participación de la economía camaronera dentro del sector del comercio exterior, presenta para 2013, una relevancia generada principalmente por la oportunidad de negociación en los altos precios dentro del mercado de exportación del producto.

**Gráfico 1: Porcentaje de participación del camarón de cultivo en las exportaciones totales de Nicaragua 2007-2013**



**Fuente:** DGA, INPESCA.

El adentramiento del camarón de cultivo, como factor de beneficio para la generación de dividendo para el país, corresponde a la alza en los precios de este en el exterior, alza que es explicada por la baja oferta por parte del mercado en



competencia en este producto, principalmente aquellos países donde la producción de este se vio afectada por la alza del precio del petróleo en algunos países desarrollados que exportan este bien.

A partir de 2007, la participación del sector camaronero en el comercio exterior de Nicaragua ha asumido una postura oscilante entre 2 y 4 por ciento hasta 2012, esta mejora paulatina en su tasa de participación se debe al aumento de la demanda exterior, lo cual responde al cambio estructural en la economía del sector acuícola en el exterior.

Los cambios provocados por la recesión de 2009, expuso a muchos países al cambio de sus políticas comerciales, convirtiendo a estos en importadores del producto en cuestión.

El cambio estructural de las sociedades y sus estilos de vida en los principales países demandantes, han provocado el aumento de la producción y participación del sector en las exportaciones.

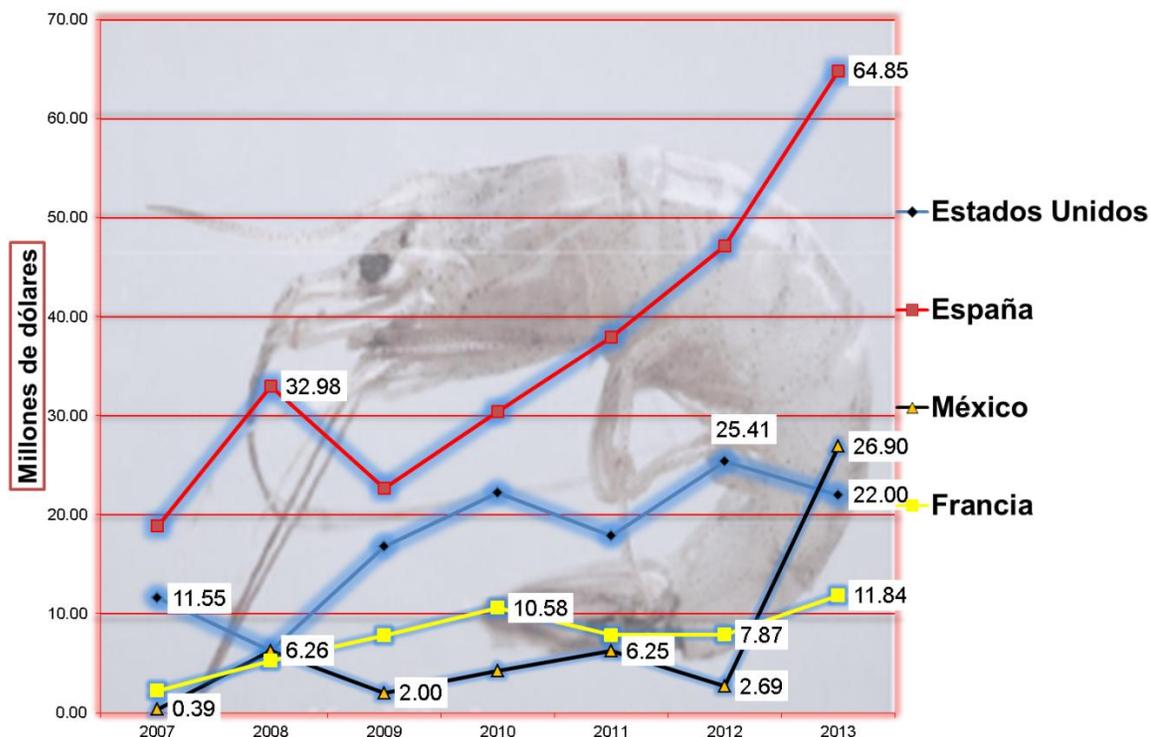
En el gráfico 1 se observa como la participación del camarón de cultivo ha aumentado en los últimos años alcanzando a exportarse US\$ 173.05 millones de dólares en valor de las exportaciones hacia el mercado mundial en 2013.

Según datos de INPESCA, gráfico 2, las exportaciones nicaragüenses de camarón de cultivo han venido teniendo un comportamiento ascendente y descendente en los cuatro países en estudio (España, Francia, Estados Unidos y México), durante el período 2007-2013.

El mayor nivel de exportaciones de camarón de Nicaragua es hacia España, situándose en el primer lugar de importación de camarón de cultivo de Nicaragua, alcanzando los US\$ 32.98 millones de dólares para el 2008 cifra que se reduce en 2009 a US\$ 22.70 millones de dólares (diferencia de US\$ 10.28 millones de dólares) a causa del impacto de la crisis económica y financiera mundial que disminuyó su consumo (afectando el último trimestre del 2008 y durante el 2009), por lo que a nivel internacional, muchos productores no pudieron colocar sus productos.



**Gráfico 2: Exportaciones totales de camarón de cultivo de Nicaragua, período 2007-2013**



**Fuente:** INPESCA.

Para el período 2009-2013, Nicaragua aumentó sus exportaciones considerablemente, cerrando con US\$ 64.85 millones de dólares en concepto de exportaciones para el 2013, en donde España se ha convertido en el principal socio comercial receptor de este bien por ser un mercado creciente.

Nicaragua por ser un territorio de abundantes recursos pesqueros, bañada por dos grandes masas de aguas (Océano Pacífico y Océano Atlántico), ha venido aumentando sus exportaciones de camarón de cultivo, mejorando su calidad y producción para la comercialización. Después de experimentar una baja exportación hacia España en el año 2009, Nicaragua ha aumentado considerablemente sus exportaciones hasta el 2013, por poseer una buena calificación a nivel internacional, en la producción de camarón de cultivo. Este incremento en la producción de camarón de cultivo se debe a las grandes inversiones realizadas en tecnologías de captura y en los laboratorios de cultivo que tienen las empresas camaroneras, principalmente en el occidente del país, en el Estero Real (Capenic, 2014).



Estados Unidos es el segundo país que recibe mayores exportaciones de camarón de cultivo por parte de Nicaragua, presentando un comportamiento irregular en el período de estudio, en agosto del año 2007 surge una crisis económica y financiera que tiene su origen en Estados Unidos, lo que conlleva a una tendencia decreciente en las exportaciones de camarón de cultivo llegando a los US\$ 6.24 millones de dólares en 2008.

A partir del cierre del año 2008, las exportaciones crecieron a US\$ 22.20 millones de dólares, presentando un descenso en el 2011, a US\$ 17.89 millones de dólares, debido a que la economía mundial enfrentó una serie de problemas múltiples e interconectados que incluyen: la persistencia de un alto nivel de desempleo en las economías avanzadas; la crisis de la deuda soberana en la Zona Euro; el deterioro de las condiciones financieras globales; la volatilidad de los precios de materias primas; inestabilidad geopolítica; y el terremoto y crisis nuclear en Japón. Este panorama deterioró las condiciones de la recuperación económica mundial y sus perspectivas de crecimiento, provocando temores de una nueva recesión mundial

En Estados Unidos, este comportamiento de la actividad económica fue consecuencia de los problemas que afectaron el consumo y la inversión privada, que incluyen la fragilidad de los balances de los hogares y las empresas, la persistente debilidad del mercado de vivienda, los altos niveles de desempleo y las tensiones financieras en la Zona Euro.

Para el 2012 alcanzó la cifra de US\$ 25.41 millones de dólares (iniciando el 2007 con US\$ 11.55 millones de dólares) y cerrando en el 2013 con un descenso de US\$ 3.41 millones de dólares (US\$ 22 millones de dólares), que fue afectado por la caída de los precios internacionales, lo que provocó un deterioro en los términos de intercambio. Esta situación, además de contraer el valor de las exportaciones de mercancías, incidió en la ampliación de la brecha comercial.

Ambos países (España y Estados Unidos) han presentado mayores ingresos a Nicaragua por ser los principales demandantes de este bien. Nicaragua ha venido satisfaciendo la demanda presentada por estos países por medio de políticas que



han incrementado la producción de camarón de cultivo empleado mejores tecnologías, con el fin de elevar la calidad y los rendimientos sin incrementar las hectáreas de cultivo.

El tercer país a nivel internacional y segundo a nivel de Unión Europea, que recibe mayores exportaciones de este bien es Francia, teniendo un comportamiento ascendente del 2007 al 2010, cerrando este último con US\$ 10.58 millones de dólares, sin embargo, en 2009 las exportaciones de Nicaragua a Francia no fueron afectadas en su valor nominal a causa de la crisis económica y financiera, no obstante, sufrió una desaceleración en su tasa de crecimiento en las exportaciones, desaceleración que corresponde a la inestabilidad de los precios internacionales tanto en los insumos de producción como en los precios del producto a nivel comercial.

En el período 2010-2011, las exportaciones de camarón de cultivo nicaragüense tuvieron una disminución hasta llegar a US\$ 7.83 millones de dólares debido las tensiones financieras en la Zona Euro, ante la persistencia de la crisis de deuda soberana, lo cual generó problemas de credibilidad del Euro, altos costos de financiamiento e inestabilidad económica mundial.

Las exportaciones de Nicaragua a Francia, para el 2013, cerraron con US\$ 11.84 millones de dólares, teniendo un crecimiento positivo del 2011 al 2013, después de la baja que experimentó en el período 2010-2011.

El cuarto país al que Nicaragua ha exportado mayores cantidades de camarón de cultivo es México, presentando comportamiento de altas y bajas exportaciones en el período de estudio (2007-2013). Para el período 2008-2009 se presentó una baja en las exportaciones nicaragüenses, llegando a US\$ 2 millones de dólares en el 2009 a causa de cambios en el mercado por la crisis económica y financiera mundial, que en la economía mexicana se sintieron sus efectos a partir del tercer trimestre de 2008, pero sobre todo durante 2009. Y además, por impredecibles cambios climáticos que afectaron a la producción de cultivo, así como el impacto del derrame de



petróleo en el Golfo de México en las exportaciones del marisco, puesto a que estos cambios sacaron del negocio a camaroneros (Ramirez, 2010).

A partir del año 2009, exportadores tradicionalmente fuertes como China, Brasil, y México se han convertido en importadores y consumidores locales, aumentando la demanda, por lo que Nicaragua aumentó considerablemente sus exportaciones al venderle a México y Francia. Presentándose una tendencia positiva para México llegando al año 2011 con US\$ 6.25 millones de dólares de exportación, y descendiendo a US\$ 2.69 millones de dólares para el 2012, puesto que el camarón se benefició de mejores condiciones climáticas en las granjas de cultivo, así como, de un incremento moderado del precio mundial de este producto en este año 2012.

Cerrando en el 2013 con US\$ 26.90 millones de dólares, pasando, en este último año de estudio como el segundo país al que Nicaragua exporta mayores cantidades de camarón de cultivo después de España, quedando en tercer lugar Estados Unidos y como cuarto lugar, Francia en el comercio importador.

Nicaragua está en condiciones de superar las exportaciones que ha venido presentando debido a que el país tiene mayor productividad y mejor calidad del rubro.

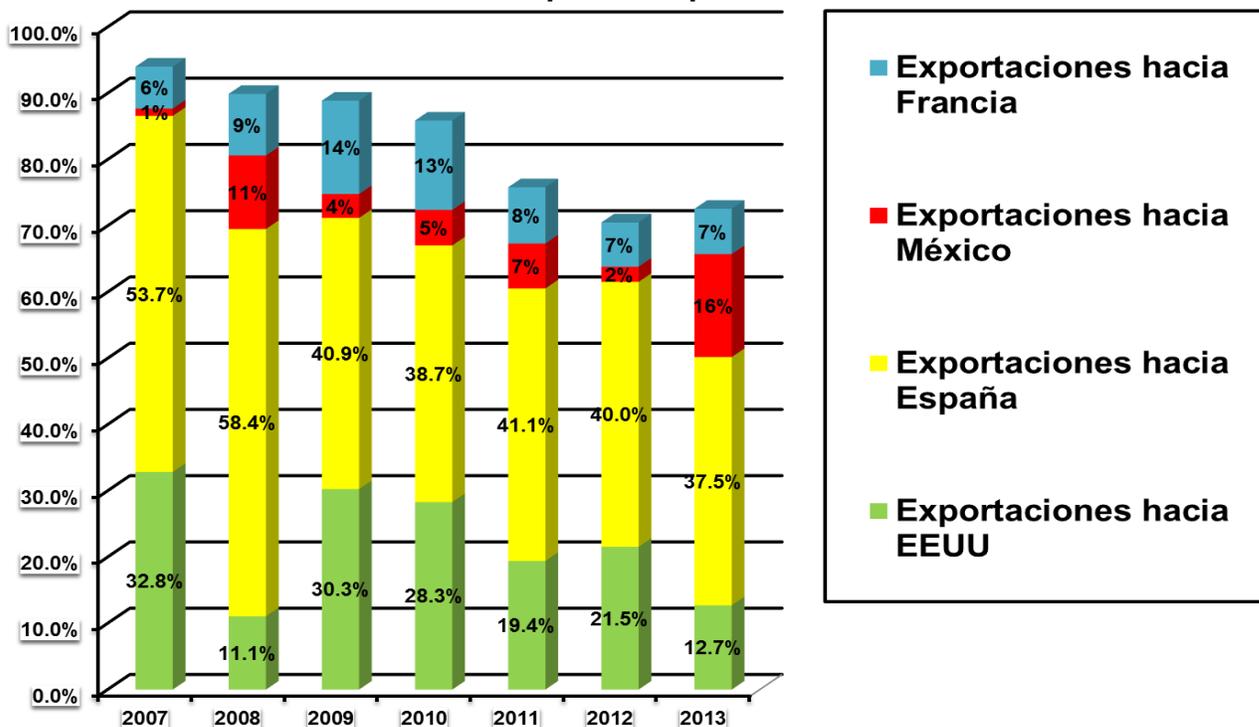
En el siguiente gráfico, se evidencia la evolución porcentual de la participación de los países en estudio en el mercado de exportación camaronero. En primera instancia, el país que presenta una mayor participación en el mercado es España, con un 53.7 por ciento en el año 2007.

El ritmo de la tasa de participación de las exportaciones de este producto pesquero, refleja que entre los países en estudio, Estados Unidos es quien posee una tendencia más variante en comparación al resto, experimentando, de este modo, un descenso del 32.8 por ciento en el 2007 hasta un 11.1 por ciento en 2008, para una diferencia del 21.7 por ciento; recuperándose en el siguiente año con una participación del 30.3 por ciento. Sin embargo, es España quien demuestra una mayor participación en las exportaciones de este producto pesquero pasando de 53.7 por ciento en el año 2007 hasta un 37.5 por ciento en el 2013, manteniéndose



siempre a la cabeza en los volúmenes de exportación de este producto. A diferencia de México, que su tasa de participación para el 2007 fue poco dinámica, representando nada más el 1 por ciento, esto se debió a que en ese año las exportaciones de nuestro país hacia México se han concentrado en productos como maní, ganado en pie, cuero de res y despojos comestibles.

**Gráfico 3: Porcentaje de participación de las exportaciones totales camarón de cultivo por cada país de destino 2007-2013.**



**Fuente:** INPESCA.

Sin embargo, es el camarón de cultivo quien se destaca como uno de los principales bienes demandados y consumidos por parte de la Unión Europea, esto se evidencia en el gráfico 3, el cual muestra que en 2007 la participación de España fue de 53.7 por ciento, seguido del 2008 donde es notable la mayor participación, puesto que llegó hasta un máximo de 58.4 por ciento.

A pesar de que Francia pertenece al gran bloque económico de la Unión Europea, no presenta similares particularidades frente a los volúmenes exportados hacia España, debido al 6 por ciento de participación en el mercado importador del producto camaronero presentado en 2007 y éste no varía mucho en relación al



2008, debido a que nada más alcanza un 9 por ciento de participación en este último. Sin embargo, es en 2009 donde el porcentaje de participación aumenta llegando a un 14 por ciento, para finalizar este aumento en 2010, el cual llega a 13 por ciento de participación. La disminución en la tasa de participación del periodo 2011-2013 se debe en gran medida a los problemas ocurridos en la caída de los precios internacionales en este producto.

Según las exportaciones de bienes seleccionados por las zonas francas se ha destacado que el mayor dinamismo de las exportaciones de camarón de cultivo se ha experimentado en los años 2011 y 2012, debido principalmente a la diversificación del mercado, abriéndose hacia nuevas conexiones comerciales.

México por su parte en 2007 obtuvo una participación de 1 por ciento exportándose US\$ 57.96 millones de dólares, siendo éste, el país con menos dinamismo para tal año, especulándose así, la alta actividad acuícola en las granjas de camarón para tal destino comercial.

Por otro lado se evidencia que las exportaciones a la Unión Europea, principalmente en Francia, presentaron un comportamiento regularmente constante en todo el período de estudio, a diferencia de las ventas realizadas a los demás países; éstas presentaron una disminución a partir del año 2008 en cuanto a las exportaciones de camarón de cultivo.

La participación de México en las exportaciones de camarón de cultivo son menores en comparación a los demás países en estudio, esto se debe a la crisis por la contaminación del Golfo de México el cual ocurrió el 22 de abril de 2010. Sin embargo, países exportadores tradicionalmente fuertes como China, Brasil, y México se han convertido en importadores y consumidores locales, aumentando la demanda de este producto.

México se ha convertido en una de las economías emergentes como ruta comercial del camarón de cultivo de nicaragüense; en otras palabras, la necesidad de encontrar la forma de diversificar el mercado nacional del decápodo se ha encontrado con la eventualidad de sucesos imprevistos en tal país destino con



respecto a los detrimentos para abastecer tanto su mercado nacional, como el de sus principales compradores. A tales hechos se le atribuye las altas tasas de crecimiento en las exportaciones del producto nacional hacia este país destino, adicionalmente, a este aumento en la participación de México influyó la recuperación del precio internacional de este producto, el cual, estuvo asociado a la menor producción de este país, así como también la afectación del Síndrome de Mortalidad Temprana del Camarón.

El comercio de Nicaragua con las tierras mexicanas debe su dinamismo principalmente a la necesidad de abastecer o sustentar el déficit presentado en este país, el cual a niveles económicos es competidor en las actividades acuícolas regionales del mercado internacional del marisco, y Nicaragua ha sido el medio para mantenerse como proveedor del producto marino en el comercio internacional, pese a las calamidades sufridas en el camarón de cultivo y en la economía mexicana.

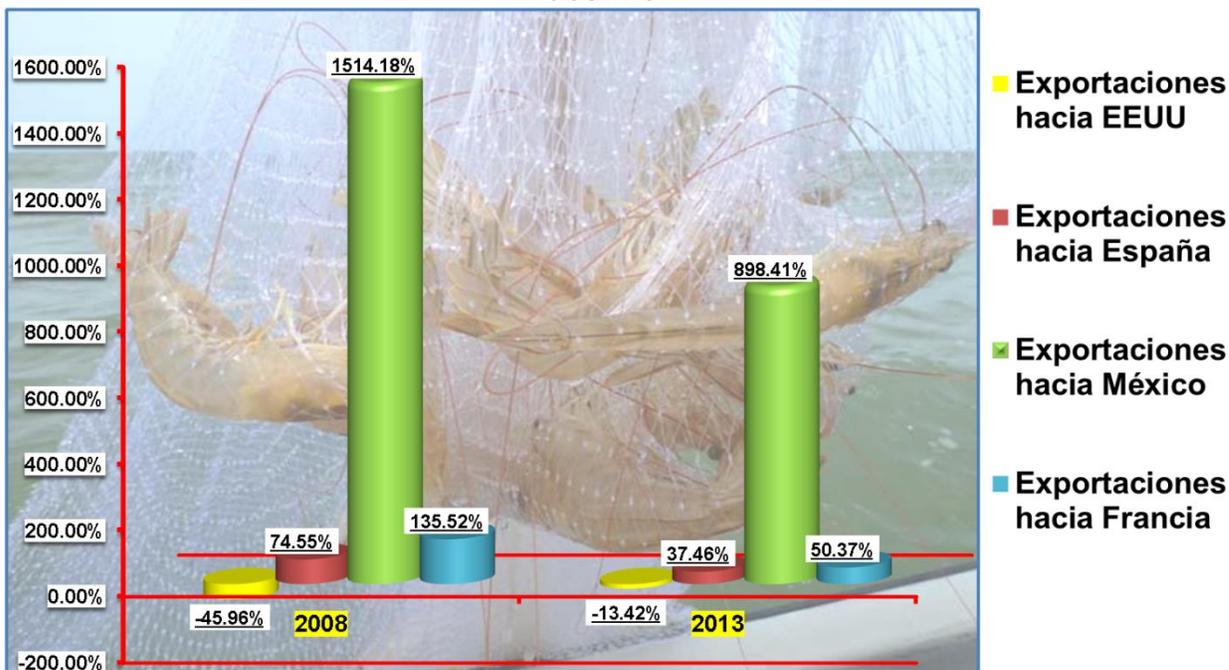
No obstante, España y Francia se comportan como los principales importadores del mercado, seguido por el Reino Unido. España sigue dominando el mercado con un aumento de la demanda.

Existe una distinción muy notable entre la participación que tiene Francia y España, por ende, para explicar esta diferencia en la caída de Francia a partir del año 2011 se deben mencionar las tensiones financieras en la Zona Euro, ante la persistencia de la crisis de deuda soberana.

En el gráfico 4 se muestra el comportamiento de la tasa de crecimiento de las exportaciones hacia los destinos correspondientes en el período. Si bien se puede apreciar, Nicaragua ha experimentado una contracción considerablemente significativa en las tasas de crecimiento hacia cada destino, con excepción del mercado estadounidense, donde el decrecimiento ha cesado en cierta medida, pasando de 45.9 por ciento de decrecimiento en el 2008, al 13.4 por ciento de decrecimiento en el 2013. Este último dato nos indica la mejora paulatina y constante en los protocolos de desarrollo en el comercio entre Nicaragua y Estados Unidos en cuanto al cierre e inicio de cada ciclo económico.



**Gráfico 4: Tasa de crecimiento de las exportaciones de camarón cultivo por destino.**



**Fuente:** INPESCA.

También no se pierde de vista los vaivenes en la economía norteamericana. Se puede mencionar la problemática financiera contraída en la crisis que se experimentó a nivel mundial a partir del inicio del período en 2007, tomando en cuenta que la situación financiera de Estados Unidos fue la pauta que determinó tal proceso de recesión, desde el enfoque en el que se tomaron medidas económicamente necesarias para contrarrestar los efectos de la crisis en el largo plazo.

El período cíclico económico experimentado en las tasas de crecimiento que se observa tanto al comienzo del período en el 2007-2008, como al final del período 2012-2013, reflejan un proceso de recuperación muy precario, efecto que se espera que se mejore a lo largo de los siguientes años del consecuente ciclo económico a partir del 2013.

Las condiciones presentadas al inicio del período son similares a las presentadas al final en las tasas de crecimiento, donde el primer lugar en las tasas de crecimiento lo México; el cual se define para la economía nicaragüense como un mercado



circunstancial. En segundo lugar el mejor crecimiento al final y al comienzo del período lo presentan las exportaciones hacia Francia, donde este último se ha venido desarrollando como una nueva pieza del engranaje para la mejoría del mercado camaronero.

En tercer lugar las tasas de crecimiento de España (principal destino en volúmenes de exportación del camarón de cultivo nacional) han experimentado un comportamiento de particular regularidad, donde la tasa más baja de crecimiento se sintió en 2012 alcanzando 24.4 por ciento, exceptuando la recesión sufrida en 2009 donde decreció en 31.1 puntos porcentuales y su enlace más alto lo consiguió en el inicio del período 2007-2008, alcanzando 74.5 puntos porcentuales, desde entonces ha mantenido un perfil bajo.

En el último lugar encontramos a EEUU, donde su tasa promedio de crecimiento en el período ha sido de 27.39 por ciento, percibiendo tres años de decrecimiento regularmente correspondientes al 2008, 2011 y recientemente 2013, donde resalta las cifras negativas de 45.9 por ciento, 19.4 por ciento y 13.4 por ciento para cada año.

La situación reflejada en las tasas de crecimiento del camarón, analíticamente, se aprecia a modo de ciclo económico, el cual debe de acelerar su proceso de recuperación en tales tasas, donde el golpe más reciente recibido tras la crisis converge a los números reducidos a lo largo de las tasas de crecimiento en el período en estudio, estos hechos se aprecian aún mucho mejor en el gráfico 5.

El golpe sufrido en la economía estadounidense dejó un largo ciclo de recesión en la economía exportadora de Nicaragua en cuanto al camarón se refiere, hecho que se reflejó en las exportaciones del año 2008, donde se redujeron las exportaciones hacia este destino, hasta en un 45.9 por ciento de lo exportado en el 2007, lo cual se representó en los US\$ 6.24 millones de dólares exportado en camarón. Pero del mismo modo, se considera el crecimiento promedio obtenido en este período en las exportaciones hacia EEUU, alcanzando un 27 por ciento promedio, donde el mejor crecimiento se obtuvo en el 2009, lugar donde las importaciones de camarón de



cultivo por parte de Estados Unidos desde Nicaragua llegaron a un 168 por ciento más de lo comercializado en el 2008, este período se considera de recuperación para la economía norteamericana.

Si bien se sabe, según el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio, en el acuerdo de libre comercio puesto en vigencia en Nicaragua en abril de 2006 (CAFTA-DR), se vio preciso impulsar la economía de manera estratégica tocando los puntos más susceptible para generar un crecimiento significativo, hecho que permite observar la participación del camarón como punto principal generador de economía nicaragüense, entre otros como la carne bovina, café oro, azúcar, etc.

Se espera una mejoría en las exportaciones hacia este país vecino continental en cuanto a este producto se refiere; donde en el volumen de la demanda, se requiere que se continúen contrarrestando las tasas de decrecimiento en las exportaciones, hasta convertirlo en crecimientos positivos para los próximos períodos, con la promesa de la continuidad en el crecimiento económico del país a través de estos tratados comerciales, implementando estrategias de estudio y mejorando tras la revisión exhaustiva de todos los puntos que requieren de ello en estos acuerdos.

A como también se puede apreciar en el gráfico, México se encuentra a la cabeza en las importaciones de camarón de cultivo desde Nicaragua, donde éste, en promedio ha crecido exponencialmente a lo largo del período en un 407.7 por ciento. Donde las exportaciones más significativas se encontraron en el 2008 y el 2013, pasando de US\$ 0.39 millones de dólares en el 2007 a US\$ 6.26 millones de dólares exportados en el 2008, al igual que se vio superada las recesión experimentada en el 2012, donde México importó US\$ 2.65 millones de dólares en camarón de cultivo, recibiendo el próximo período con un crecimiento sorprendente del 898 por ciento, lo cual se reflejó en los US\$ 26.9 millones de dólares exportados en camarón para ese período.

El mercado europeo, a como se menciona anteriormente, se ha visto afectado considerablemente por la crisis financiera, hecho que ha dejado en detrimento las exportaciones nicaragüenses, siendo España el principal mercado del camarón de



cultivo; las tasas de crecimiento se han contraído a partir del período 2008. Todo esto a partir del efecto domino provocado en la economía estadounidense a partir del 2007, experimentándose la sentida recesión en los países europeos principalmente en el año 2009, donde se refleja la tasa negativa de España y la reducción en la tasa de crecimiento de Francia, donde España decreció en 31 puntos porcentuales, y Francia redujo su tasa de crecimiento de 135.52 por ciento en el 2008 a 48.82 por ciento en el 2009.

**Gráfico 5: Tasa de crecimiento de las exportaciones totales de camarón de cultivo, 2007-2013**



**Fuente:** INPESCA.

En el gráfico 5, la tasa de crecimiento de las exportaciones de camarón de cultivo refleja el evidente cambio en este mercado. El simple hecho de la reducción en la tasa de crecimiento al final del período, donde se representa el comienzo del siguiente ciclo económico; nos deja entre ver una recuperación aletargada del mercado camaronero en el tiempo.

Al observar la tasa de crecimiento al comienzo del período correspondiente al año 2008, evidenciamos la diferencia frente al comienzo del siguiente ciclo que corresponde al 2013, donde la diferencia entre período y período alcanza 13.76 puntos porcentuales; brecha que se espera recuperar tras la caída experimentada



en el período en estudio debido al impacto de la crisis mundial financiera empujada por la economía estadounidense.

Las medidas a las que se ha sometido la economía nicaragüense para superar la crisis en las grandes naciones convergen en la búsqueda de nuevas rutas comerciales hacia México, el cual sufre actualmente un déficit en este producto, y reforzando el comercio con los países europeos del mismo modo.

Es evidente como el efecto de la economía internacional en 2009 provoca la resentida caída en las tasas de crecimiento de las exportaciones del mercado, alcanzando tasas de decrecimiento del 1.73 por ciento, y consecutivamente se contempla la recuperación del mercado en el año siguiente.

La búsqueda de nuevos horizontes comerciales para este producto acuícola deja como consecuencia de esta decisión, la situación experimentada en 2010, donde la recuperación de las tasa de crecimiento para la industria camaronera han sido representada por la diversificación de este mercado al igual que en el 2012, año donde la economía reforzaba los convenios con Europa.

## **8.2 Análisis anual de la Concentración/Diversificación del mercado destino del camarón de cultivo nicaragüense.**

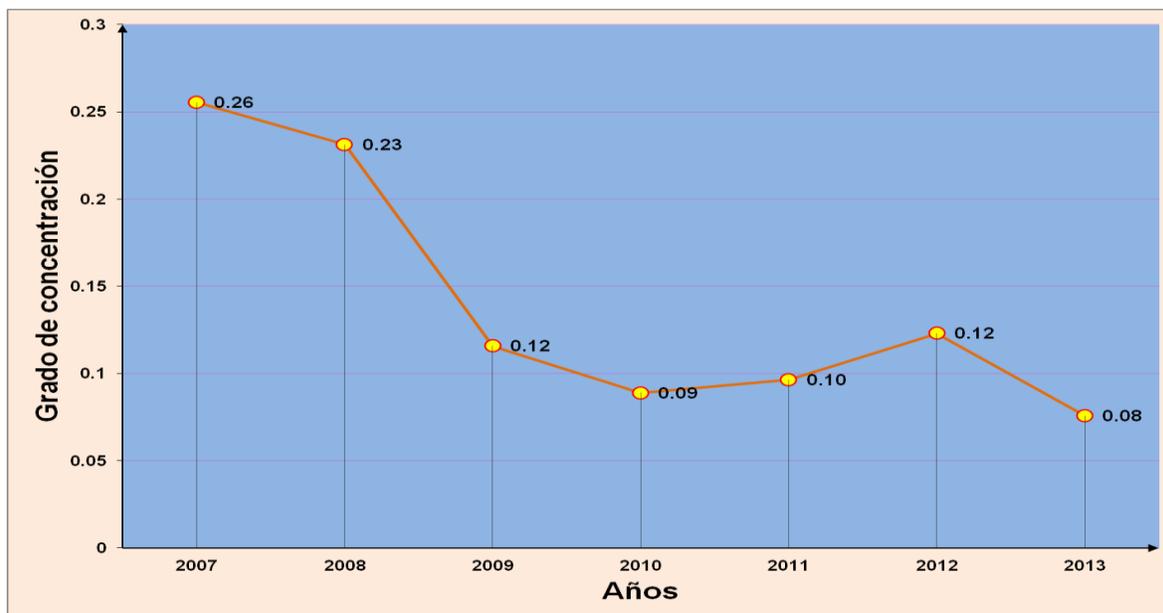
En este acápite se analiza el grado de concentración/diversificación de las exportaciones de camarón de cultivos por mercados, con la finalidad de poder observar y comparar los patrones de comportamientos de las exportaciones.

El comportamiento descrito a través del gráfico 6, muestra una tendencia decreciente a través del periodo de estudio, para el año 2007. Las exportaciones de camarón de cultivo nicaragüense presentaron 0.26 grados de concentración, disminuyendo a 0.03 grados de concentración de diferencia con respecto a 2007 hasta llegar a 0.23 grados en 2008. En estos dos años, el mercado nicaragüense del camarón de cultivo se caracteriza por presentar una situación concentrada en sus destinos de exportación, en donde las mayorías de las exportaciones de camarón de



cultivo estaban destinadas a estos cuatros países de estudio, con una alta participación española.

**Gráfico 6: Índice de concentración de Herfindahl- Hirschmann para el mercado nicaragüense de exportación (E.E.U.U., España, Francia y México) de camarón de cultivo en 2007-2013**



**Fuente:** Banco Mundial.

Para el periodo 2008-2009, el índice de concentración desciende con 11 unidades decimales llegando a 0.12 grados de concentración en el 2009, en donde el mercado de estudio se ve afectado por la crisis financiera y económica, y es aquí donde el mercado se obliga a pasar de un efecto concentrado a un efecto moderadamente concentrado para sustentar las circunstanciales necesidades de los países demandantes.

En el año 2010, el índice disminuye hasta los 0.09 grados de concentración y aumenta en 2011 a los 0.10 grados, en donde las exportaciones de camarón de cultivo pasa de ser un mercado moderadamente concentrado, en el 2009, a un mercado diversificado en 2010 y 2011.

A causa del impacto de la crisis financiera y económica que se originó en agosto del 2007 en los Estados Unidos y que afectó a los demás países en el 2009, este



impacto dio como resultado, en 2010, al surgimiento de nuevos mercados importadores de camarón de cultivo, elevando las exportaciones nicaragüenses en estos nuevos destinos, y de este modo diversificándose y satisfaciendo las necesidades de los nuevos mercados demandantes, y de la misma forma aumentado sus producciones.

La diversificación del camarón de cultivo en el 2011 se debió a que la manifestación de las exportaciones, fue por la mayor cantidad de bienes exportados de los últimos años en un escenario de mayor acceso a mercados, es decir, no necesariamente corresponde a una disminución en la cantidad de productos exportados, sino más bien, al incremento de precios de los principales productos de exportación, que tienen altas ponderaciones en la estructura de la oferta exportable nicaragüense.

En 2012, el mercado de camarón de cultivo llegó a estar moderadamente concentrado con 0.12 grados de concentración y es en 2013 donde el índice de concentración se caracterizó, una vez más, como un mercado diversificado con 0.08 grados de concentración.

### **8.3 Apertura comercial**

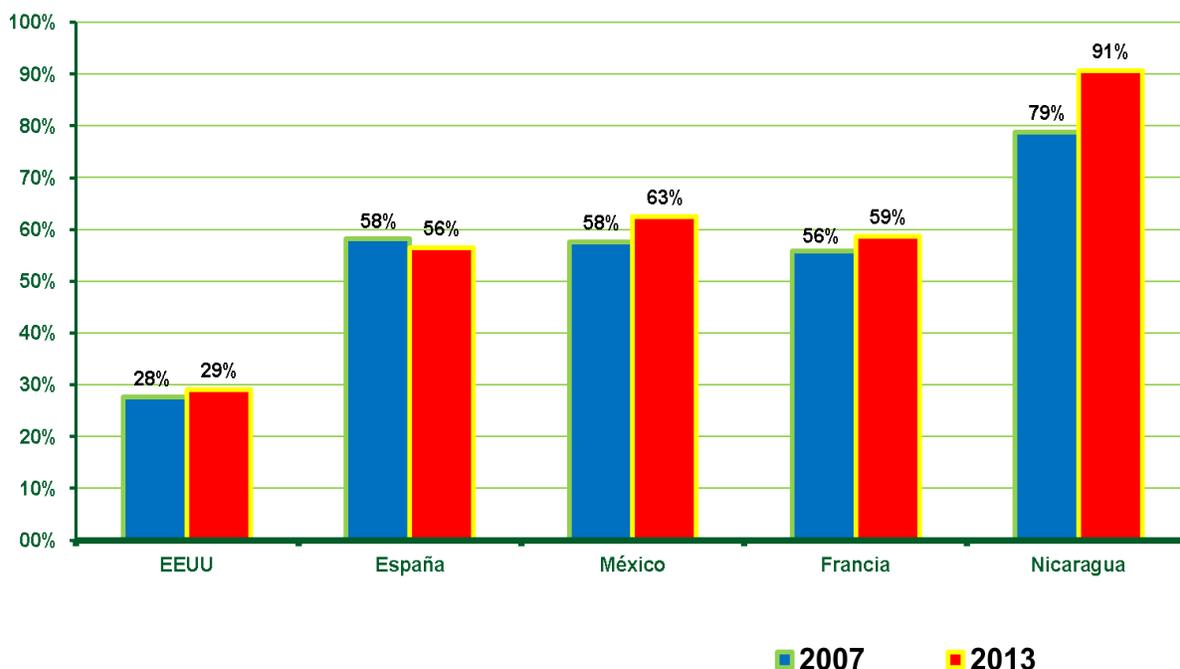
La apertura comercial de un país, mide el grado de internacionalización de una economía. Entre mayor sea el porcentaje del índice, en mayor medida estará expuesta la economía nacional al comercio exterior.

El gráfico 7 muestra la exposición de las economías en estudio hacia el comercio exterior. Es preciso observar el cambio de cada nación en cada extremo del periodo en estudio. Algunas de estas economías se encuentran más dispuestas al comercio internacional que otras, tal es el caso de Nicaragua.

Se puede observar que Estados Unidos es el país con menor grado de Apertura con respecto al resto del grupo. Se puede explicar que los países con mayores dimensiones, conservan economías cerradas para incentivar al consumo doméstico, y de este modo generan crecimiento a través de las actividades internas del país, volviendo productiva la economía doméstica, sin depender de factores externos o ajenos al control del poder del mismo estado.



**Gráfico 7: Apertura comercial medida a través del comercio total**



**Fuente:** Banco Mundial.

Es observable como las grandes economías predominan con poca apertura al comercio exterior, a esto se le atribuye también la relación de independencia económica; tal es el caso de Estados Unidos.

Estados Unidos con solo una variación porcentual desde el inicio del periodo se puede observar como mantiene constante su postura ante el comercio internacional. Se debe mencionar que el efecto de la apertura comercial presentada en EEUU, ha dejado expuesto como algunos mercados domésticos de la nación se han visto afectados en tal grado de que ya se han tomado medidas para contrarrestar tales efectos de forma inmediata.

Tal es el fenómeno del producto en estudio, donde se puede observar como el estado impone altos precios a los productos del mar procedentes del exterior para proteger a los productores del mercado interno de la nación. Todo esto, se debió a que en junio de 2013, se aumentaron los impuestos a los antisubsidios sobre los camarones provenientes de los principales proveedores por volumen, como Vietnam, China, Ecuador entre otros.



España es el segundo país que cerró en el 2013 con el índice más bajo que el resto de los países en estudio; después de Estados Unidos, el cual se ha mantenido con una variación de 1 por ciento de crecimiento al sector externo por su independencia económica del comercio exterior, en donde en el caso de España, es observable como su índice en 2007 fue de 58 por ciento, descendiendo con 2 puntos porcentuales hasta un 56 por ciento para el 2013, destinando este último nivel de apertura de la economía nacional al comercio exterior, por lo que la actividad interna dedicada al mercado local sería del 44 por ciento restante.

España, ha experimentado una baja en su apertura comercial debido a las afectaciones a las que se ha expuesto la economía nacional, tras la recesión experimentada a causa de la crisis financiera mundial, ésta seguida de la deuda agudizada en la zona euro. Tras el descenso económico de este país, se han generado medidas contractivas en el comercio internacional, y de este modo se ha permitido adquirir un control estatal a través de la economía doméstica de la nación.

Para el caso de México, inició con un 58 por ciento para el 2007 y finalizó con un 63 por ciento para el 2013, abriéndose al comercio exterior con un ascenso de 5 puntos porcentuales, destinando la mayor parte de su producción y consumo o inversión de bienes y servicios del comercio exterior y destinando al mercado local un 37 por ciento restante para el consumo y producción de la economía doméstica.

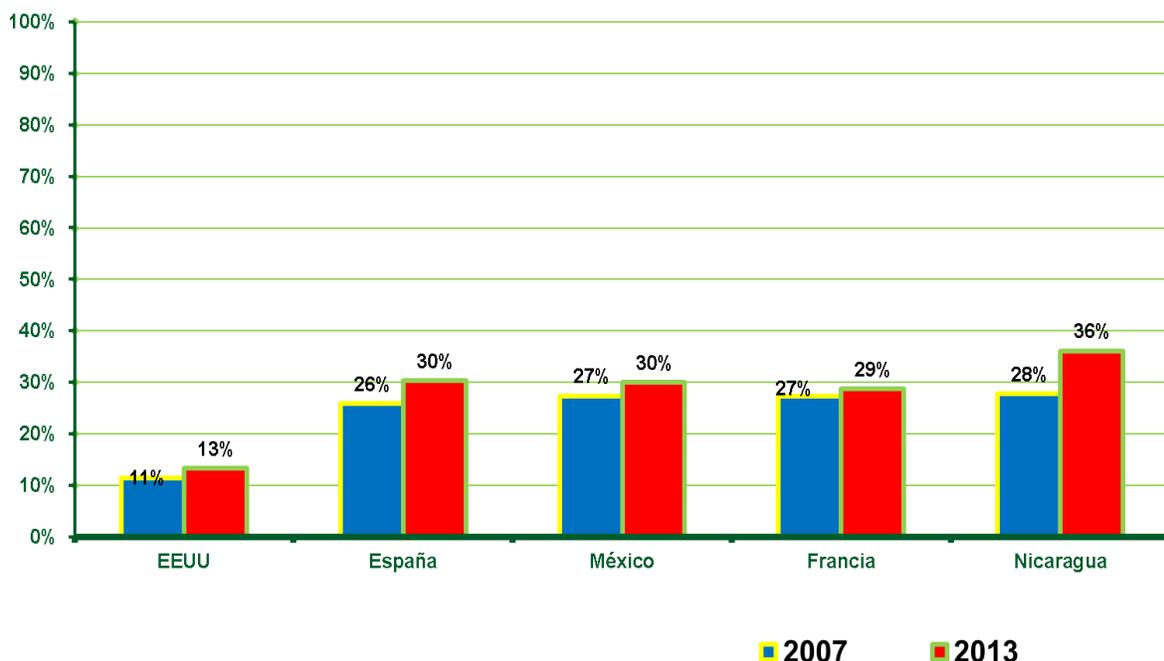
Para Francia, el grado de apertura comercial ha ascendido en un 3 por ciento hacia el comercio exterior, iniciando en 56 por ciento para el 2007 y cerrando con 59 por ciento para el 2013, en donde su economía es cada vez más orientada al sector externo.

Para el caso de Nicaragua, es observable que su economía, es mucho más dependiente del sector externo que los demás países en estudio, en donde su apertura comercial fue de 79 por ciento en el 2007, teniendo un aumento de 12 puntos porcentuales hasta el 2013, cerrando con un 91 por ciento. Es muy evidente que Nicaragua exporta la mayor parte de su producción nacional al comercio exterior y a la vez consume en su mayoría de lo que se importa del exterior, puesto



que depende mucho de las economías externas para un crecimiento y mejoramiento interno de su economía.

**Gráfico 8: Índice de apertura medido a través de las exportaciones totales**



**Fuente:** Banco Mundial.

En el gráfico 8, se evidencia que el comportamiento de las exportaciones totales presenta dos puntos de vista bien marcados, puesto que en primer lugar, expone un aumento de las exportaciones para cada país, y en segundo lugar, nos demuestra que la variación porcentual, para todas naciones en estudio, es similar oscilando entre dos y cuatro por ciento, exceptuando Nicaragua que refleja una variación de 8 puntos porcentuales.

Se observa que el comportamiento del índice de apertura (medido a través de las exportaciones totales) de los Estados Unidos durante el periodo 2007-2013, presentó un incremento del 2 por ciento; reflejado en el 2007 con un 11 por ciento y finalizando en un 13 por ciento en 2013. Sin embargo, España varía en un aumento del 4 por ciento respectivamente, iniciando en un 26 por ciento en el 2007 y finalizando en un 30 por ciento en el 2013.

Por otro lado, México obtuvo una variación del 3 por ciento, empezando en un 27 por ciento en el 2007 y finalizando en un 30 por ciento en el 2013.



Francia refleja que sus exportaciones totales variaron en un 2 por ciento, siendo de 27 por ciento en el 2007 y finalizando en un 29 por ciento para el 2013.

Por último, Nicaragua es quien demuestra un mayor porcentaje en las exportaciones totales ya que varían en un 8 por ciento en los siete años de estudio, siendo estas de un 28 por ciento en el 2007 para llegar a un 37 por ciento en el 2013.

Lo anteriormente descrito, deja como reflexión que entre los cuatro países en estudio, existen naciones con grandes extensiones territoriales y por poseer políticas guiadas al crecimiento económico sostenido como, es el caso de los Estados Unidos, presentan una posición poco dependiente de las demás economías externas, es decir, que su comportamiento es poco dinámico en las importaciones de bienes y servicios.

No obstante, países como Nicaragua, que a pesar de tener tierra aptas, mano de obra joven y recursos naturales muy atractivos, se han encaminado en políticas para fomentar el comercio entre países, o para caso determinados, han generado políticas que redireccionan las relaciones comerciales con las demás naciones, y así de esa manera se han convertido en exportadores de materia prima y se han vuelto a la importación de productos manufacturados por empresas industrializadas en el exterior.

Para el caso de España, México y Francia; estos países han estado abriéndose al comercio exterior moderadamente, en donde sus actividades económicas, en lo que respecta a las exportaciones, se han orientado al sector externo, es decir, España y México se abren al comercio exterior en un 30 por ciento para el 2013, en donde la producción de bienes y servicios se destinan al comercio exterior en el porcentaje antes mencionado, y el restante (70 por ciento) se orientan a la actividad económica interna del país. Francia destina su producción al comercio exterior en un 29 por ciento, orientando el 71 por ciento a la comercialización interna del país.



#### **8.4 Análisis comercial de las ventajas comparativas de Nicaragua frente a sus principales mercados de camarón de cultivo (EE.UU, España, México y Francia)**

En el gráfico 9 se aprecia la ventaja comparativa revelada de Nicaragua frente a los mercados principales del camarón de cultivo de exportación del país. Este gráfico permite generar una visión más detallada de las ventajas que posee el país, en cuanto al producto pesquero de camarón de cultivo en las grandes economías como España, Estados Unidos, México y Francia; los cuales a principios del período, representan el mercado en donde la economía nicaragüense se encuentra circunstancialmente concentrada.

Se puede describir que la economía nicaragüense para desarrollarse como parte del comercio a nivel mundial, ha recurrido a sus recursos naturales como base primordial del motor que empuja la inserción de este país en un mundo globalizado, de avance, progreso y expansión. Por lo tanto, la demostración de la ventaja comparativa en este producto acuícola a nivel internacional, revela el sustento a lo antes mencionado.

Las ventajas comparativas de Nicaragua han venido permaneciendo en sus recursos sumamente concurrentes a nivel histórico: agua y tierra, donde se destacan la producción pesquera y la obtención de la materia prima importada a escala mundial para el desarrollo de toda una sociedad en crecimiento.

El gráfico de las ventajas comparativas reveladas entre Nicaragua y el mercado europeo y norteamericano, deja en especificación que el principal destino donde Nicaragua posee una gran ventaja en cuanto a su producto decápodo, es España, donde si apenas se puede apreciar unas leves variaciones a lo largo del período 2007-2013.

Europa es el segundo consumidor a nivel mundial de productos del mar, superado solo por China; y siendo este el principal mercado de Nicaragua, se debe destacar cómo el crustáceo nacional se ha convertido en uno de los primeros alimentos de consumo de este mercado, especialmente España, ya sea de consumo propio o canal de distribución del mismo.



El mercado español, por ser una país altamente consumidor de productos marinos a nivel mundial; para cubrir sus cuotas de consumo interno y de comercialización hacia el exterior, ha sido el principal receptor de los exportadores que emergen en búsqueda de nuevos mercados para el crustáceo, sobre todo aquellos países que como Nicaragua requieren diversificar sus consumidores comerciales a nivel internacional, tras las recesiones experimentadas a nivel mundial para el decápodo, en especial los efectos de los descensos en los precios internacionales. Ante tal caso, es necesario mencionar que este producto acuícola posee un alto número de competidores, entre los cuales Nicaragua destaca como uno de los actualmente principales proveedores de España, alcanzando así a competir con los grandes productores como Ecuador, Argentina y China.

A nivel de exportación, el producto nacional ha logrado intervenir en la economía europea, convirtiéndose así de suma importancia dentro de los productos que se exportan a esta región, alcanzando posicionarse en España y Francia con 94 y 56 puntos de ventaja comparativa respectivamente.

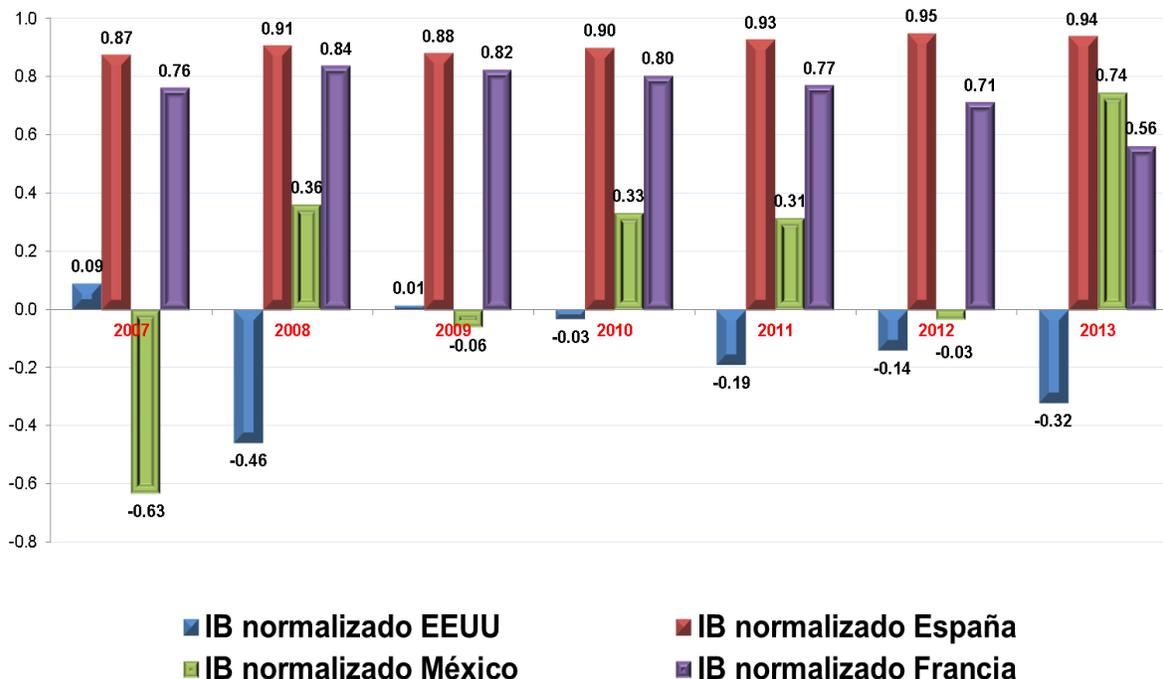
En referencia al Índice de Balassa normalizado, la analogía esquematizada de evaluación indica que para el caso de España durante el período de estudio 2007-2013, los resultados son cercanos a 1, por lo tanto a como se demuestra en el gráfico 9, Nicaragua posee ventaja comparativa en el producto de camarón de cultivo, dando esto una gran importancia de este producto dentro del mercado español.

Lo antes mencionado nos revela como España ha venido siendo el primer socio comercial en importar este producto a Nicaragua, aumentando así la demanda del mismo, teniendo tendencia ascendente en ventaja comparativa al paso del tiempo a partir del 2007 con 0.87 y cerrando en el 2013 con 0.94; dejando esto en evidencia el aumento de Nicaragua en su producción, calidad y exportaciones, con excepción del 2009 que se produjo un descenso de 0.03 de diferencia (0.88 en el año 2009) con respecto al 2008 que fue de 0.91 a causa del impacto de la crisis económica y financiera que se originó en agosto del 2007 en los Estados Unidos, produciéndose



así un efecto retardado hacia los demás países europeos en el 2009, provocando, en otras palabras, menos demanda del camarón de cultivo nicaragüense.

**Gráfico 9: Índice de Balassa para Nicaragua y sus principales socios.**



**Fuente:** INPESCA, DGA.

Nicaragua ha venido aprovechando la economía española mediante las relaciones comerciales, por lo que ha llegado a entrar en un mercado competidor y logrando permanecer en este mercado mediante sus principales consumidores europeos. Además, que en 2012 se firma el tratado con la Unión Europea, se puede verificar que Nicaragua posee una tecnificación mejorada en la producción de camarón de cultivo, aumentado así la ventaja comparativa en el 2013.

Sin embargo, al contraponerse la posición de España y Francia, ambos pertenecientes a la Unión Europea, presentan una muy diferenciada caracterización en los volúmenes de demanda, en cuanto a este producto acuícola se refiere.

Las exportaciones hacia España son mayores con un 54 por ciento de participación en el mercado camaronero de Nicaragua, con respecto a la de Francia, la cual fue de 6 por ciento en 2007. Lo anteriormente descrito explica la existencia de una mayor relación comercial con España, sin embargo, no se deja de percibir la ventaja



comparativa presentada en el gráfico 8 con respecto a Francia; esto nos demuestra la importancia de nuestro producto acuícola en los horizontes comerciales europeos.

Uno de los factores primordiales para explicar lo anteriormente dicho es que los patrones de consumo de ambas economías son distintos en cuanto a las políticas de comercio rigurosas que imponen la cultura francesa, sobre todo las políticas medioambientalistas en las que deben incurrir los proveedores del mercado francés, políticas que han venido mermando la canasta de proveedores de esta nación. También, se deben de tomar en cuenta, las grandes diferencias que convergen a la calidad ofrecida por sus principales socios comerciales, especialmente la calidad influida por los cambios actuales en los estilos de vida, donde se puede mencionar a este bien como algo más que un alimento commodity, es un bien que al contrario de España se ha convertido en consumo de lujo y proveedores como Madagascar, han aprovechado el mercado para mantenerse con precios más altos e inversión en calidad.

La ventaja comparativa con respecto a Estados Unidos se ha visto bien afectada por las condiciones del mercado, principalmente con las afectaciones directas, en cuanto a la lucha contra la recesión mundial que se ha venido implementado para racionalizar el consumo de productos commodities en esta parte del planeta. Ante lo expuesto, el completo abastecimiento del mercado de estos mariscos, tras la recesión de Estados Unidos se ha visto redireccionado hacia nuevos mercados, especialmente europeos.

En otro caso con México durante el año 2007 presentamos una desventaja en las exportaciones de camarón de cultivo.

En 2007 la exportación y la situación comparativa comercial con México era evidentemente de desventaja; sobre todo por la cómoda posición del camarón mexicano en el mercado internacional, siendo este uno de los principales proveedores del mismo.

La situación comparativa a lo largo del período, es bastante descriptiva en referencia a un comercio intraproducto entre Nicaragua y México, la acción diferida de los



tratados que ponen a México como proveedor del mercado internacional del decápedo, permite que la producción nicaragüense exporte el producto hacia este país vecino en períodos ocasionales como 2008 y 2013, y exportar parcialmente hacia México como canal hacia destinos finales.

En 2008, las exportaciones alcanzaron cifras de US\$ 6.26 millones de dólares hacia México, lugar donde el comercio entre Nicaragua y dicho destino dejó como resultado, números favorecedores para la economía nicaragüense. Para este año se ha obtenido una ventaja comparativa de 0.36 puntos.

El comercio con México dio giro favorecedor, con respecto a este producto, para Nicaragua en 2008, debido a lo encarecido de la producción camaronera para este país destino, lo que principalmente se debió a la depreciación de la moneda mexicana.

La alza en los productos de insumo para la producción camaronera y la baja en los precios del producto con respecto a EEUU, el cual es receptor de sus exportaciones; desincentivó el mercado a la alza en los volúmenes de producción y exportación de México, hecho que permitió a Nicaragua introducir el producto acuícola hacia este destino camaronero.

El dinamismo económico con México converge técnicamente a un comercio intraproducto, lugar donde destacan la exportaciones ocasionales de 2008 y 2013, donde Nicaragua aprovecha este dinamismo para adentrar el producto en este país.

En 2013, México pierde peso en el mercado internacional debido a la enfermedad del Síndrome de Mortalidad Temprana en sus granjas camaroneras, que a nivel internacional, es reconocida la crisis sufrida en el crustáceo, además de la ya experimentada recesión por el derrame de petróleo en el golfo mexicano.

Ante tales sucesos Nicaragua aprovecha su ventaja en el comercio con el país vecino y se presenta como uno de sus proveedores inmediatos, elevando sus exportaciones hacia este país, alcanzando valores de exportación de US\$ 26.9 millones de dólares hacia México.



El mercado norteamericano ha experimentado un sostenido descenso en los precios de los productos marinos, ya que los principales proveedores de este lado del mundo han sido los crustáceos asiáticos y estos han penetrado de tal modo que han inundado el mercado estadounidense, esto ha dejado en desventaja muy notoria al producto nicaragüense a lo largo del período 2007-2013.

El gráfico de ventajas comparativas evidencia el comercio con tendencia a intraproducto, donde se observa como las empresas estadounidenses se encargan de darle un valor agregado al producto nacional tras la entrada de este mismo.

Una de las razones primordiales por las que también Estados Unidos y Nicaragua conservan aun esta relación intraproducto, es el reflejo obtenido de los tratados de libre comercio, que permiten que empresas extranjeras instaladas en la nación exporten el producto nacional bajo condiciones favorables hacia países industrializados como Estados Unidos.

Hasta 2013, Nicaragua posee una ventaja comparativa con los países europeos y el país vecino México, sin embargo no se puede ignorar como la tendencia intraproducto con Estados Unidos se ve agudizada para este período alcanzando 0.32 puntos, situación que se debe primordialmente por la necesidad que experimenta el país para crear un consumo doméstico con mayor intensidad, ya que actualmente la demanda de camarón se debe redireccionar a lo interno del país, por lo que a nivel internacional, Estados Unidos ha tomado medidas cautelares con productos marinos que han inundado el mercado, sobre todo, aquellos provenientes de Asia, dichas medidas convergen al aumento de los precios de los productos que provienen del exterior, racionalizando de este modo la demanda del camarón internacional.



## **IX. CONCLUSIONES**

- ✓ El camarón es el marisco más intercambiado en el mercado internacional, dentro del sector pesquero. Los principales destinos de este decápedo en el comercio exterior convergen a Estados Unidos como primer consumidor, seguido por Europa y Japón.
- ✓ Dentro del mercado nicaragüense del camarón de cultivo, el destino español es el principal motivo de las exportaciones del país, logrando exportarse US\$ 64.85 millones de dólares en 2013, este representó el 44.3 por ciento en promedio de lo que se exportó al exterior, seguido de Estados Unidos, el cual participó con un 22.3 por ciento en promedio. Por su parte México y Francia participaron con un 6.5 por ciento y un 9.3 por ciento respectivamente.
- ✓ En 2013 las exportaciones nicaragüenses de camarón de cultivo representaron 6.81 por ciento de los ingresos generados a través de las exportaciones nacionales. De este modo el decápedo se posiciona en Nicaragua entre los primeros productos pesqueros generadores de comercio con el exterior.
- ✓ Las principales fluctuaciones negativas del mercado camaronero de Nicaragua convergen a la reconocida crisis desarrollada en 2009; la cual provocó un descenso de hasta 1.7 puntos porcentuales a nivel internacional.
- ✓ El índice de Concentración/Diversificación de las exportaciones de camarón de cultivos por mercados, muestra que el mercado de camarón de cultivo estuvo concentrado en los años 2007 con 0.26 grados de concentración y en 2008 con 0.23 grados, pues las mayorías de las exportaciones estuvieron destinadas a estos cuatro países de estudio.



- ✓ Este mercado se volvió moderadamente concentrado en los años 2009 con 0.12 grados de concentración a causa de la crisis financiera y económica, y en el año 2012 con 0.12 grados de concentración.
- ✓ Para los años 2010 con 0.09 grados de concentración y 2011 con 0.10 grados, este mercado se caracterizó por ser diversificado, puestos a que nuevos mercados internacionales se volvieron importadores de este producto a causa de la crisis, y en 2013 se volvió, una vez más, diversificado con 0.08 grados de concentración.
- ✓ Nicaragua es la economía más abierta al comercio internacional, en donde solo las economías de grandes dimensiones poseen un mayor poder para anteponerse al comercio exterior y en las economías con menores dimensiones, este representa indicios de crecimiento económico para el país.
- ✓ De entre los países en estudio, Estados Unidos, es el país más cerrado al comercio exterior, por lo que la mayoría de su producción se ha destinado hacia el mercado interno en su comercialización de bienes y servicios, conservando su economía cerrada para incentivar al consumo doméstico, designando un 29 por ciento de apertura hacia el comercio en 2013, y 13 por ciento con respecto a las exportaciones.
- ✓ España, México y Francia, se han mantenido moderadamente abierto al comercio exterior, oscilando en un rango de 55 por ciento a 59 por ciento para el 2013 en la apertura comercial medida a través del comercio total y entre un rango de 26 por ciento a 29 por cientos en concepto del índice de apertura medido a través de las exportaciones totales.
- ✓ Nicaragua posee una alta ventaja comparativa frente a los países europeos con respecto al decápedo acuícola, camarón de cultivo; sobre todo con el destino español, donde el mejor período de ventaja comparativa ha sido de



0.95 puntos en 2012 frente a 2009 donde alcanzó 0.84 grados de ventaja comparativa revelada.

- ✓ Por otro lado, la situación de Nicaragua frente a Francia presenta una ventaja significativa, conservando una posición sustancialmente constante dentro del mercado importador del producto acuícola nicaragüense.
- ✓ Con respecto a Estados Unidos y México han sido prácticamente de intraproducto, lo que demuestra la influencia del libre mercado en las transacciones comerciales, donde el producto nicaragüense es tomado como producto intermedio.
- ✓ Para un análisis completo a nivel internacional del mercado camaronero nicaragüense, se debe observar que la posición de este producto en estos últimos años, ha sido de constante discusión y tratamiento a varios niveles comerciales en la economía mundial.
- ✓ Nicaragua conserva una postura sólida ante sus actuales mercados de destino de exportaciones de camarón de cultivo (España, Estados Unidos, Francia y México), donde destacan la fuerte influencia de la economía española en el mercado del camarón nacional. También se debe destacar los vaivenes económicos a nivel mundial, donde México ha sido fuertemente golpeado en el rubro en cuestión y Nicaragua se ha posicionado como proveedor ante tales eventualidades, aprovechando y posicionándose en niveles ventajosos frente a este país. La participación del mercado francés ha sido de sustento para la economía nicaragüense, sobre todo por la constancia de este mismo a lo largo del período en las exportaciones, en tanto que la economía estadounidense ha conservado un comercio intraproducto con Nicaragua, situación que se consolida en la apertura comercial tras la liberalización del mercado con esta nación.



## X. BIBLIOGRAFÍA

- ALMADA, L. P. (Agosto de 2009). *Zona Economica*. Obtenido de Zona Economica:  
<http://www.zonaeconomica.com/apertura-comercial>
- BCN. (Septiembre, 2012). *Que es el PIB, cuadernillo Economico*. Managua.
- BCN, B. C. (2011). *Informe Anual*. Managua.
- BCN, B. C. (2012). *Informe anual*. Managua.
- BCN, B. C. (2013). *Informe Anual*. Managua.
- Capenic, C. d. (Abril 2014). *Crecen exportaciones de camarón de cultivo*. Managua.
- CEPAL. (2008). *Indicadores de comercio exterior y politica comercial: Medicion de posiciones y dinamismo comercial*. Publicaciones de la sede de las Naciones Unidas, New York, N. Y. 10017, Estados Unidos.
- CEPAL. (2014). *Fortalecimientos de la Cadena de Valor como Instrumento de la Política Industrial*. Santiago de Chile: Copyright © Naciones Unidas.
- Chapuis, C. (2011). *Biblioteca virtual de recursos para la investigacion economica*. Recuperado el 15 de Enero de 2015, de Biblioteca virtual de recursos para la investigacion economica:  
<http://www.bvrie.gub.uy/local/File/doctrab/2011/2.2011.pdf>
- Cotto, L. A. (2013). *Peces y Pesca en Nicaragua*. Obtenido de  
<http://pecesypescanicaragua.blogspot.com/p/estadisticas.html?e=1>
- Currie, D. (1995). *The Federal Republic of Germany*. University of Chicago Press, 1995. 448 pp. Germany.
- DIRECON. (04 de 02 de 2010). *Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales*. Recuperado el 15 de 01 de 2015, de Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales:



<http://www.direcon.gob.ni/2010/02/evolucion-de-la-concentracion-en-las-exportaciones-chilenas-1996-2008/>

Gestion.org. (2015). *¿Que es la Exportación?*

Hernández, R. (2003). *Metología de la investigación* (5ta ed.). México, D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

INPESCA. (2014). *Anuario pesquero y acuicola 2013*. Managua: oficina de estadísticas INPESCA.

Instituto Nacional de Comercio y Aduanas, I. (s.f.). *Comercio Internacional*.

Internacional, F. C. (2014). *¿Qué tan útil es el índice de similitud para Colombia?* Colombia.

Jiménez, J. C. (2002). *metodologia de la investigacion*. Mexico D.F: McGraw-Hill Interamericana.

Krugman, P. R., & Obstfeld, M. (2001). *Economía Intenacinal, Teoria y Política* (5ta ed.). Madrid: Pearson Educacion, S. A.

Mayorga Sánchez, J. Z., & Martínez Aldana, C. (2008). *Paul Krugman y el Nuevo Comercio Internacional*. Universidad Libre, Bogotá, D.C.

Méndez Álvarez, C. E. (1998). *Metodología*. (M. E. R., Ed.) Bogotá, Colombia: McGraw-Hill Interamericana, S.A.

MIFIC. (2012). *Informe Anual de Comercio Exterior e IED*. Managua.

MIFIC. (2014). *Relaciones Comerciales Nicaragua-Unión Europea*. Managua.

Padrón, D., & Rodríguez, C. (2009). *Crisis financiera internacional. La crisis subprime*. Universidad de La Laguna, Departamento de Economía Aplicada.

Parkin, M. (1995). *Macroeconomía* (1era en Español ed.). México D.F.: Addison Weasley Iberoamericana.



- Ramirez, H. R. (2010). *Crisis financiera mundial: impacto en la economía mexicana*. México.
- Rivas, M. C. (2008). *Tratados y Acuerdos Comerciales Negociados por Nicaragua*. Managua.
- Rodríguez, E. P. (2010). *Crisis financiera y crisis económica*. Agencia Estatal de Administración Tributaria.
- Sabino, C. (1991). *DICCIONARIO DE ECONOMIA Y FINANZAS*. Caracas: Panapo.
- Salvatore, D. (1999). *Economía Intenacional* (6ta ed.). México: Pearson Educación.
- Sampieri, d. R. (s.f.). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION*.
- WEBCOMEX. (2007). *WEBCOMEX*. Recuperado el Jueves de Enero de 2015, de Sistema web para el manejo de la informacion de comercio exterior y apoyo al proceso de nacionalizacion de mercancías ante la DIAN:  
<http://www.webcomex.com.co/>



## XI. ANEXOS

### 11.1 Exportaciones de bienes y servicios de Nicaragua hacia Estados Unidos, México, España y Francia (2007-2013).

Exportación de bienes y servicios por destino (millones de dólares)	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Exportaciones totales</b>	<b>1,196.58</b>	<b>1,510.15</b>	<b>1,393.05</b>	<b>1,910.52</b>	<b>2,335.86</b>	<b>2,751.42</b>	<b>2,540.05</b>
Exportaciones hacia EEUU	328.27	446.73	409.76	574.00	662.79	781.97	625.04
Exportaciones hacia España	43.32	43.30	36.15	39.06	36.39	29.13	30.16
Exportaciones hacia México	57.96	78.90	56.76	51.59	82.80	67.35	57.71
Exportaciones hacia Francia	10.32	12.55	19.00	28.18	25.88	30.92	48.74
Resto	756.71	928.66	871.39	1,217.69	1,528.01	1,842.04	1,778.40

**Fuente:** DGA

### 11.2 Tasa de crecimiento de las exportaciones de bienes y servicios de Nicaragua hacia Estados Unidos, México, España y Francia (2008-2013)

Tasa de crecimiento	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio de crecimiento
Exportaciones hacia EEUU	36.1%	-8.3%	40.1%	15.5%	18.0%	-20.1%	13.5%
Exportaciones hacia España	0.0%	-16.5%	8.1%	-6.8%	-20.0%	3.6%	-5.3%
Exportaciones hacia México	36.1%	-28.1%	-9.1%	60.5%	-18.6%	-14.3%	4.4%
Exportaciones hacia Francia	21.6%	51.4%	48.3%	-8.2%	19.5%	57.6%	31.7%
Exportaciones totales	26.21%	-7.75%	37.15%	22.26%	17.79%	-7.68%	14.7%

**Fuente:** Base de datos de la DGA.

### 11.3 Porcentaje de participación de las exportaciones de bienes y servicios nicaragüense por destino (2007-2013)

Porcentaje de participación por destino	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio de participación
Exportaciones hacia EEUU	27.4%	29.6%	29.4%	30.0%	28.4%	28.4%	24.6%	28.27%
Exportaciones hacia España	3.6%	2.9%	2.6%	2.0%	1.6%	1.1%	1.2%	2.13%
Exportaciones hacia México	4.8%	5.2%	4.1%	2.7%	3.5%	2.4%	2.3%	3.59%
Exportaciones hacia Francia	0.9%	0.8%	1.4%	1.5%	1.1%	1.1%	1.9%	1.24%
Resto	63.2%	61.5%	62.6%	63.7%	65.4%	66.9%	70.0%	64.77%

**Fuente:** Base de datos de la DGA.

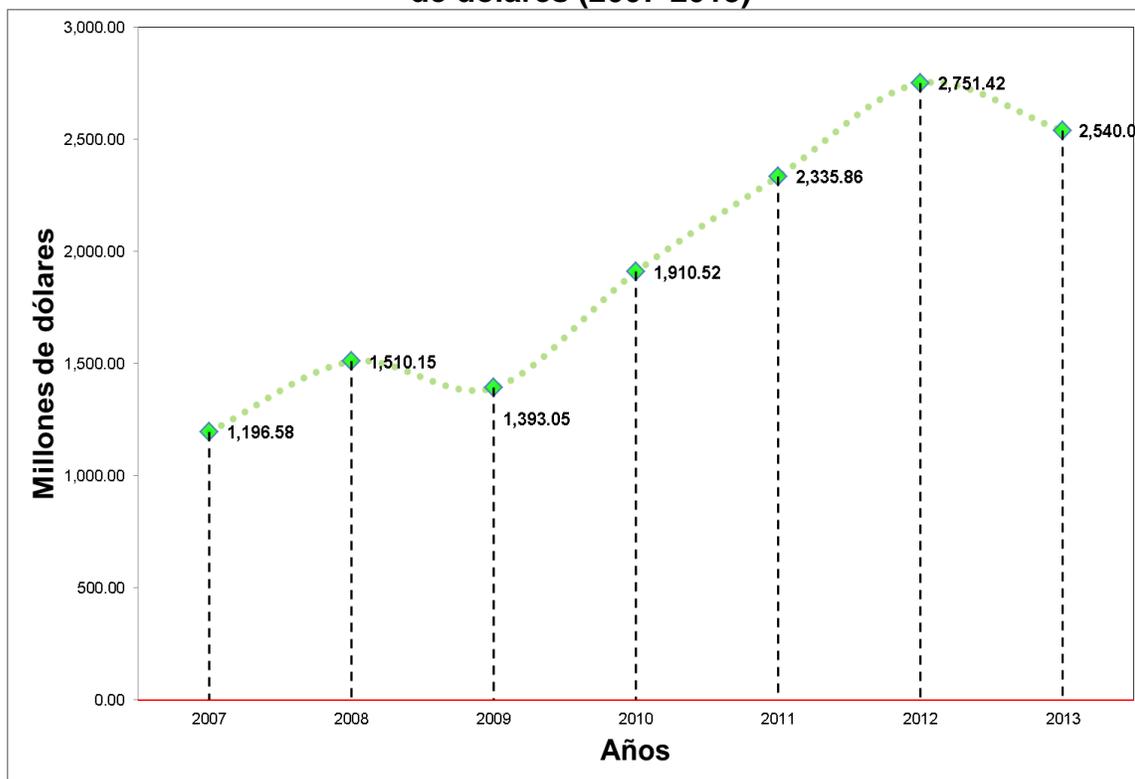


**11.4 Índice de apertura comercial de Estados Unidos, México, España y Francia (2007-2013)**

Índice de apertura/(X/PIB)*100	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
EEUU	11%	12%	11%	12%	13%	13%	13%
España	26%	25%	23%	26%	28%	29%	30%
México	27%	27%	25%	28%	29%	30%	30%
Francia	27%	27%	25%	27%	28%	28%	29%
Nicaragua	28%	29%	31%	33%	34%	37%	36%
Índice de apertura/ ((X+M)/PIB)*100	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
EEUU	27.6%	27.9%	25.4%	27.8%	29.0%	29.1%	29.1%
España	58.1%	55.5%	48.9%	52.9%	54.9%	54.7%	56.5%
México	57.6%	57.7%	51.5%	59.1%	61.4%	62.4%	62.5%
Francia	55.9%	56.2%	52.0%	55.5%	58.0%	57.7%	58.6%
Nicaragua	78.8%	84.3%	81.9%	85.8%	90.0%	95.5%	90.7%

Fuente: Banco Mundial.

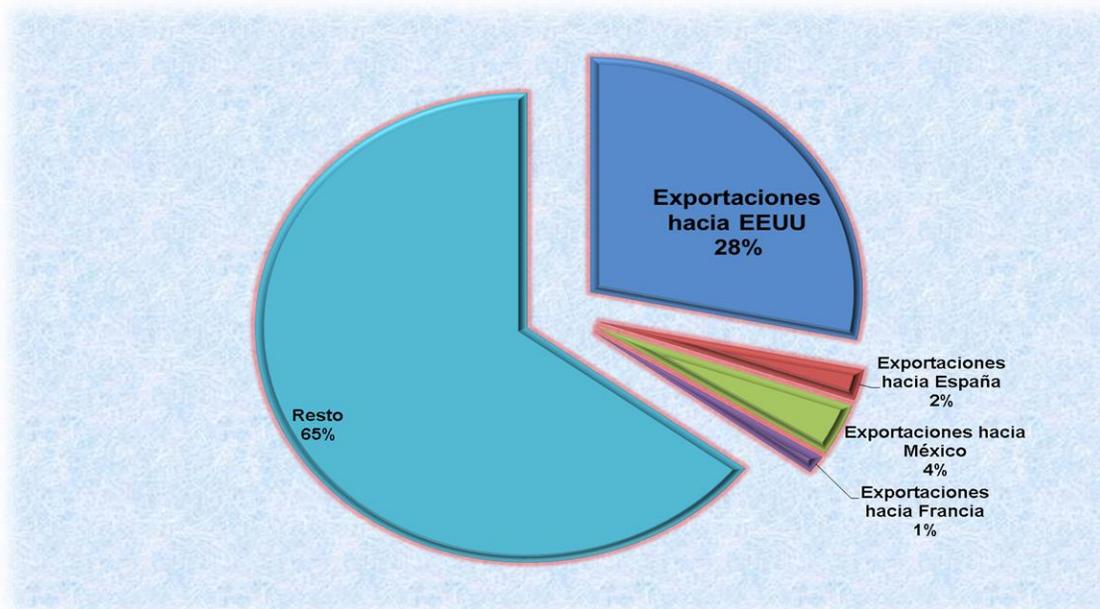
**11.5 Tendencia de las exportaciones totales de Nicaragua medida en millones de dólares (2007-2013)**



Fuente: DGA

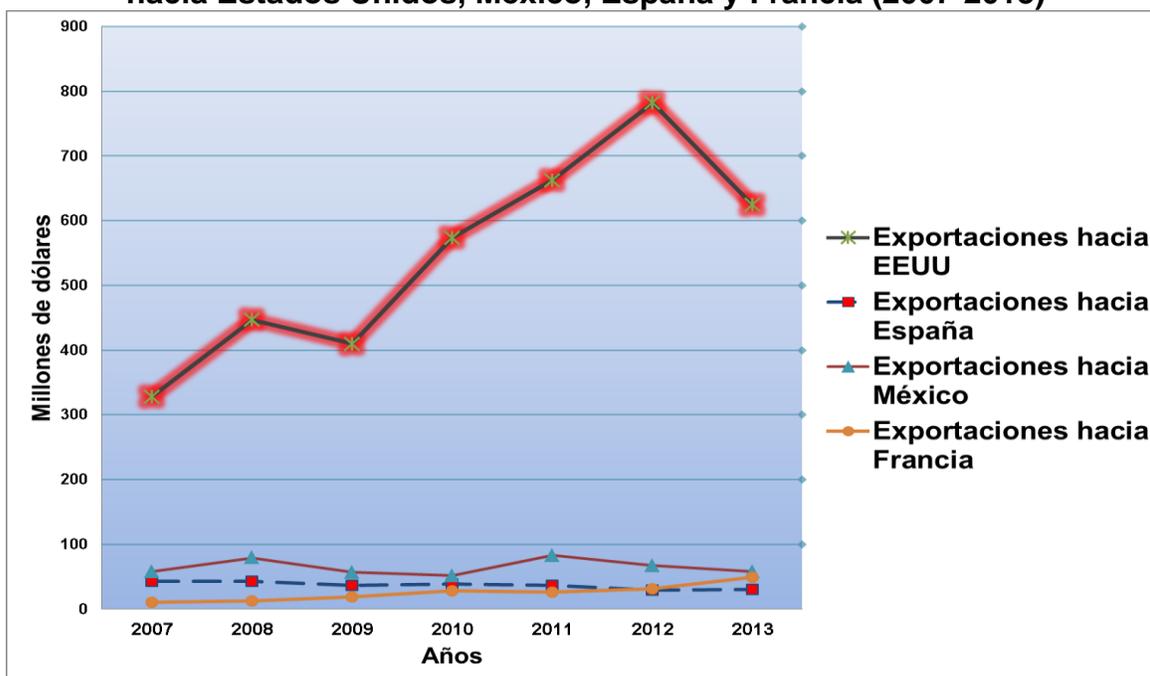


**11.6 Porcentaje de participación promedio de las exportaciones de bienes y servicios de Nicaragua por destino 2007-2013**



Fuente: DGA

**11.7 Tendencia de las exportaciones totales de bienes y servicios de Nicaragua hacia Estados Unidos, México, España y Francia (2007-2013)**



Fuente: DGA



11.8: PIB, exportaciones e importaciones de Nicaragua, Estados Unidos, México, España y Francia (2007-2013)

Exportaciones en millones de dólares	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
	Estados Unidos	1,559,396.66	1,648,812.88	1,503,821.81	1,682,709.10	1,798,052.35	1,856,602.12
España	324,281.21	321,533.85	286,090.93	313,051.47	336,200.62	340,142.82	354,750.97
México	256,855.87	253,393.32	223,539.67	269,469.38	291,608.50	308,858.06	313,186.63
Francia	631,195.16	633,475.71	562,102.63	612,782.33	654,936.73	661,958.54	676,378.92
Nicaragua	1,926.03	2,099.76	2,116.56	2,374.83	2,565.91	2,910.54	3,001.96
<b>Importaciones en millones de dólares</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Estados Unidos	2,212,829.89	2,156,164.91	1,860,281.26	2,096,802.74	2,211,561.08	2,263,107.09	2,289,010.39
España	403,154.89	380,502.56	310,814.03	332,330.44	329,695.44	308,896.15	307,430.07
México	283,236.46	295,709.87	243,702.60	293,566.49	317,093.22	334,122.56	338,171.50
Francia	658,965.79	667,427.27	604,720.53	658,327.61	699,721.98	690,689.56	702,468.16
Nicaragua	3,537.61	3,912.65	3,564.15	3,772.57	4,244.33	4,681.19	4,535.62
<b>PIB en millones de dólares</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Estados Unidos	13,681,138.65	13,645,612.90	13,263,041.20	13,598,288.33	13,816,135.43	14,136,307.00	14,450,329.11
España	1,250,989.29	1,264,949.39	1,219,742.64	1,219,911.07	1,212,376.58	1,187,053.22	1,172,452.96
México	938,314.46	951,453.58	906,732.03	953,067.84	991,615.76	1,031,112.70	1,042,149.91
Francia	2,309,233.17	2,313,742.98	2,245,687.91	2,289,830.44	2,337,441.27	2,345,256.67	2,351,943.47
Nicaragua	6,933.31	7,131.02	6,934.26	7,163.26	7,570.95	7,945.97	8,311.99

Fuente: Banco mundial



**11.9 Exportaciones de bienes y servicios de camarón de cultivo de Nicaragua hacia España, Estados Unidos, Francia y México. (2007-2013)**

Exportaciones de camarón de cultivo (millones de dólares)	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Exportaciones totales de camarón	<b>35.16</b>	<b>56.43</b>	<b>55.45</b>	<b>78.48</b>	<b>92.14</b>	<b>117.95</b>	<b>173.05</b>
Estados Unidos	11.55	6.24	16.78	22.20	17.89	25.41	22.00
España	18.89	32.98	22.70	30.40	37.89	47.17	64.85
México	0.39	6.26	2.00	4.22	6.25	2.69	26.90
Francia	2.23	5.25	7.81	10.58	7.83	7.87	11.84

**Fuente:** INPESCA

**11.10 Porcentaje de participación del principal mercado destino de las exportaciones nicaragüenses de camarón de cultivo (2007-2013)**

Porcentaje de participación del mercado	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Exportaciones hacia EEUU	32.8%	11.1%	30.3%	28.3%	19.4%	21.5%	12.7%
Exportaciones hacia España	53.7%	58.4%	40.9%	38.7%	41.1%	40.0%	37.5%
Exportaciones hacia México	1%	11%	4%	5%	7%	2%	16%
Exportaciones hacia Francia	6%	9%	14%	13%	8%	7%	7%

**Fuente:** Base de datos de INPESCA

**Generación del índice de Balassa**

**11.11 Índice de Balassa**

Índice de Balassa	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
IB EEUU	1.2	0.4	1.0	0.9	0.7	0.8	0.5
IB España	14.8	20.4	15.8	18.9	26.4	37.8	31.6
IB México	0.2	2.1	0.9	2.0	1.9	0.9	6.8
IB Francia	7.3	11.2	10.3	9.1	7.7	5.9	3.6

**Fuente:** Base de datos INPESCA, DGA



### 11.12 Índice de Balassa normalizado

Índice normalizado	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
IB normalizado EEUU	0.09	-0.46	0.01	-0.03	-0.19	-0.14	-0.32
IB normalizado España	0.87	0.91	0.88	0.90	0.93	0.95	0.94
IB normalizado México	-0.63	0.36	-0.06	0.33	0.31	-0.03	0.74
IB normalizado Francia	0.76	0.84	0.82	0.80	0.77	0.71	0.56

Fuente: Base de datos INPESCA, DGA

### Generación del Índice Herfindahl-Hirschmann

#### 11.13 Índice de concentración/diversificación Herfindahl-Hirschmann

Años	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Índice Herfindahl-Hirschmann	0.255	0.231	0.116	0.089	0.096	0.123	0.076

Fuente: Base de datos de INPESCA.