Modelo Sociopolítico y Económico de Nicaragua

Módulo VIII

Unidad V

Estrategia Nacional de Fomento al Comercio de Productos en el Mercado Nacional e Internacional

Índice

Objetivos 1

1. Estrategia Nacional de fomento al comercio de productos en el mercado Nacional e Internacional 3

1.1 Promoción de Exportaciones y Acceso a Mercados Internacionales 3

1.2 Promoción del consumo de productos nacionales en el mercado interno 4

1.3 Mejorar la calidad de los productos y procesos de Agregación de Valor y Transformación 5

1.4 Incrementar las capacidades técnicas de los sectores productivos para el aprovechamiento de los mercados 6

1.5 Desarrollo de Mercados Digitales para el Comercio Agropecuario 7

2. Industrias claves para el Comercio Exterior de Nicaragua 9

2.1 Agroindustrias 9

2.2 Manufactura Ligera 10

2.3 Externalización de Servicios 11

3. Desafíos que enfrenta Nicaragua en el Mercado Exterior 13

Referencias 17

Objetivos

- Entender cómo las diferentes estrategias promovidas por el Modelo del Pueblo-Presidente y enfocadas en la Lucha Contra la Pobreza en Nicaragua, fomentan el incremento de la productividad e impulsan los Índices de Exportación.

- Conocer cuáles son las industrias claves para la exportación en Nicaragua y comprender cómo gracias a las políticas del GRUN, las y los productores del país tienen la oportunidad de posicionar sus productos, tanto a nivel nacional como internacional.

"En el orden productivo estamos hablando del Sector Agrícola y donde tenemos metas de crecimiento. En la producción de granos básicos están los frijoles, está el arroz, lo básico, el maíz, el sorgo; en lo que es la agroexportación, también para consumo interno, como es el café, el maní, la caña de azúcar, el tabaco, el ajonjolí, el cacao. En eso estamos nosotros, en esa lucha está el Gobierno con el Pueblo, en esa lucha está Nicaragua, no estamos en una lucha para destruir, sino para construir". **Comandante Daniel Ortega, 18 de mayo, 2021**

En Nicaragua, el dinamismo del sector exportador es clave para fomentar el crecimiento económico en el marco de la Lucha contra la Pobreza. En nuestra economía, esto ha sido respaldado por una política comercial orientada a la inserción del país en mercados internacionales. Así mismo, se han realizado esfuerzos importantes para ampliar la matriz exportadora, que permita migrar a productos no tradicionales de mayor valor agregado, y por lo tanto de mayor ganancia para el productor. No obstante, aún existen desafíos, tanto para ampliar la gama de bienes comerciables en el exterior, como para diversificar los mercados de destino.

El crecimiento de las exportaciones que ha tenido nuestro país, también se debe a la inclusión de nuevos productos, estos derivados de los rubros tradicionales que ya se exportan actualmente. Por ejemplo, con el café, ahora es posible exportar cafés especiales, cafés gourmet, y cafés certificados, lo que ha permitido que los nuevos emprendimientos que vienen surgiendo, tengan la oportunidad de comercializar sus productos en todos los niveles.

Al mismo tiempo, los lácteos han tenido un gran impacto con la inclusión de nuevos productos derivados de la leche, no solo con productos como el queso, que ha sido el más representativo de este rubro, también podemos añadir hoy en día: cremas, leches desnatadas, yogur, leche en polvo, entre otros. Del mismo modo, con la carne bovina se ha logrado incrementar la exportación mediante la inserción de nuevos cortes de carne. Lo mismo ocurre con las exportaciones de frutas, cacao, puros, hojas de tabaco, hortalizas, tilapia, pepinos de mar, cangrejos, jaibas, atún, bebidas y rones, etanol y melaza.

Nicaragua es un país privilegiado, cuenta con una posición estratégica para el comercio internacional y posee recursos naturales que no tienen otros países, lo que representa una ventaja comparativa.

Es por ello que el camino que nuestras políticas y estrategias, en temas de exportación, hacen énfasis en la Promoción de Ciencia y Tecnología al alcance de nuestros productores, en la transformación agroindustrial, en el crecimiento productivo y el dinamismo comercial, con el fin de enrumbar a Nicaragua hacia el fortalecimiento de su capacidad productiva, y con esta a un efectivo combate a la pobreza.

1. Estrategia Nacional de fomento al comercio de productos en el mercado Nacional e Internacional

"Adelante con esa producción y esas cosechas que vienen tan buenas, y que representan nuestra propia Seguridad Alimentaria y también ingresos para las Familias, para el País, por las exportaciones que podemos realizar de nuestros productos agropecuarios.". **Compañera Rosario Murillo, 19 de agosto, 2022.**

La Política Comercial del Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional, como parte del Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza y Para Desarrollo Humano, busca superar los retos actuales del país, en torno al aumento, diversificación y la promoción de la oferta exportable, para ampliar el comercio y adaptarla a las nuevas tendencias internacionales.

Cabe mencionar que antes de producir es importante definir las características del mercado y donde será colocada la producción, para lograr este propósito es necesario definir estrategias sectoriales y por producto, esto requiere implementación de tácticas complementarias dirigidas a la Comercialización Nacional e Internacional, incentivando el consumo interno e incrementando la oferta exportable con mayor valor agregado.

Lineamientos Estratégicos

1.1 Promoción de Exportaciones y Acceso a Mercados Internacionales

El GRUN, dentro de sus acciones, pretende buscar nuevos mercados para los bienes y servicios nicaragüenses, mediante las negociaciones de Acuerdos Comerciales. Entre las instituciones que promueven estas acciones se encuentra la Dirección General de Fomento y

Promoción de Exportaciones (DGFEX) del Ministerio de Fomento Industria y Comercio (MIFIC); que formula propuestas de Estrategias y Políticas de Fomento y Promoción de las Exportaciones, en coordinación con el sector público y privado, para identificar factores claves y promover acciones que sustenten el incremento de las exportaciones con mayor valor agregado, aprovechando la apertura de los mercados Internacionales.

Por lo tanto esta Dirección promueve la participación de las empresas nicaragüenses exportadoras en Misiones Comerciales y Ruedas de Negocios, ofreciendo información sobre Ferias Internacionales y Eventos de Interés, facilitando datos sobre los principales programas internacionales agrupados por sector. Así también, facilita las fechas y los lugares en los que se estarán llevando a cabo, y los sitios web oficiales de las agencias e instituciones que impulsan cada una de las actividades.

De igual manera, el GRUN pretende promover un mejor aprovechamiento de los Acuerdos Comerciales y Regionales vigentes. Consolidación de la Zona de Libre Comercio Centroamericana, promoviendo la eliminación de los obstáculos al comercio para nuestros productos, y continuar avanzando en el perfeccionamiento de la Unión Aduanera Centroamericana.

Por otra parte, también se trabaja arduamente en el fortalecimiento del Sistema de Inteligencia Comercial en beneficio del sector exportador, con énfasis en la pequeña y mediana empresa, que permita la promoción, consolidación y posicionamiento de la oferta exportable en mercados internacionales.

Todo esto, partiendo desde la sistematización de información, en materia de regulaciones técnicas de los principales socios comerciales, que permita la adecuación de los procesos productivos a las exigencias de los compradores internacionales. Además de identificar productos emblemáticos con potencial exportador para el registro, uso y aprovechamiento de marcas colectivas, denominaciones de origen e indicaciones geográficas, promoviendo estas figuras en las asociaciones y cooperativas, con especial atención a aquellas integradas por mujeres empresarias.

1.2 Promoción del consumo de productos nacionales en el mercado interno

Entre las acciones que vendrían a promocionar el consumo nacional se encuentra el Plan Nacional de Producción Consumo y Comercio, que dentro de sus estrategias plantea una Política de Seguridad y Soberanía Alimentaria, que garantiza el uso sostenible de nuestros recursos naturales.

En este sentido, con el fortalecimiento de esta política social y económicamente responsable, que tiene como principio rector no dejar a nadie atrás, alcanzaremos, en 2026, una producción que asegure el abastecimiento nacional en no menos del 95 %, con incremento de las

exportaciones, avanzando en el cumplimiento del Objetivo de Desarrollo Sostenible #2 (Acabar con todas las formas de hambre y desnutrición para 2030).

Así mismo, se presenta dentro de este plan una política comercial que fomenta un mercado interno, que propicie el desarrollo de los sectores productivos y abastezca la demanda nacional a precios justos; así como, la diversificación y promoción la Oferta Agroexportable, facilitando el comercio, para aprovechar los Acuerdos Comerciales Internacionales vigentes, y buscar nuevos mercados preferenciales, aumentando la participación de las Pequeñas y Medianas Empresas, en el Comercio Exterior y su internacionalización.

Sin olvidar la Política de Financiamiento e Inversiones, tiene como objetivo impulsar Proyectos de Inversión Pública y socioproductivos; y promover la Inversión Privada y/o Inversión Extranjera Directa en sectores económicos priorizados en el Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano 2022-2026, orientados a aumentar la Producción Nacional de Bienes y Servicios, incrementar las divisas por medio de las exportaciones, generar nuevos empleos y reducir la pobreza.

1.3 Mejorar la calidad de los productos y Procesos de Agregación de Valor y Transformación

Todo esto se realiza desde la Promoción de los sectores productivos, incorporando en sus procesos de producción los diferentes elementos de la infraestructura de la Calidad (normalización, acreditación, certificación y metrología), a fin de que aprovechen las oportunidades comerciales.

Tomando en cuenta que es necesario coordinar el desarrollo e implementación de normas técnicas (voluntarias y obligatorias), que establezcan los requisitos que deben cumplir los productos agropecuarios y los servicios ofrecidos. Sin olvidar el fortalecer de las capacidades de certificación, que permita al sector agropecuario u otros, demostrar el cumplimiento con los requisitos establecidos en las Regulaciones Nacionales y Extranjeras.

A su vez es necesaria la innovación y uso de las tecnologías para el fortalecimiento del sector industrial, fomentando alianzas entre el sector, las universidades y centros técnicos de investigación y mejorar la capacidad investigativa e inventiva de los sectores productivos, mediante el acceso a la información tecnológica.

De esta manera, el GRUN, por medio de instituciones como el Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA), crea la Dirección General de Agregación de Valor, que se encarga de fortalecer la capacidades y habilidades de los y las protagonistas, en temas de Agregación de Valor y Transformación de la Producción Primaria, permitiendo desarrollar la cadena productiva de la economía familiar, con el uso de tecnologías, equipos y utensilios adecuados a sus necesidades.

Así mismo, facilita los instrumentos y herramientas técnicas para la implementación de buenas prácticas en los procesos productivos, logrando de esta manera que incidan en fortalecimiento continuo y mejora del negocio, a fin que obtengan un producto de mejor calidad, oportunidades y prosperidad en los nuevos emprendimientos.

1.4 Incrementar las capacidades técnicas de los sectores productivos para el aprovechamiento de los mercados

Dentro de esta estrategia se realiza la capacitación a los diferentes sectores económicos en materia de calidad y la implementación de mejores prácticas en los procesos de producción. A su vez se capacita a los sectores productivos y comercializadores sobre las oportunidades y preferencias contenidas en los Acuerdos Comerciales Internacionales vigentes, capacitando a los sectores productivos en materia de normalización, acreditación, evaluación de la conformidad.

De igual manera, se instruye y se brinda asistencia técnica a los sectores productivos, cooperativas y protagonistas sobre la protección, uso y aprovechamiento de los Derechos de Propiedad Intelectual, lo que podrá permitir mejorar su imagen empresarial y la calidad de sus productos. Por lo tanto, también se realiza un acompañamiento a los protagonistas para mejorar calidad de los productos y los procesos productivos, así como la accesibilidad a la formación técnica desde su comunidad, tomando en cuenta su vocación y rubro laboral.

Para llevar a cabo esta labor, el GRUN habilitó la Educación en el Campo, involucrando al Ministerio de Educación (MINED), con el Programa Secundaria a Distancia en el Campo, el

Tecnológico Nacional, con el Programa Nacional de Educación Técnicas en el Campo y en el caso de la educación Superior la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN), gestora del Programa Universidad en el Campo (UNICAM), para la continuidad de los procesos educativos en las zonas rurales del país.

Cabe destacar que, dentro de los esfuerzos de nuestro Gobierno, destaca el Programa Nacional ***"Vocación productiva para el trabajo y la vida***", que tiene como principal objetivo la complementariedad de la formación de estudiantes de la modalidad de Secundaria a Distancia en el Campo, que de acuerdo a su vocación productiva puedan tener la oportunidad de dominar técnicas para la cosecha de agua, para semillas mejoradas, para inseminación artificial, entre otros cursos especializados, preparando así a los productores para la competitividad de los mercados.

1.5 Desarrollo de Mercados Digitales para el Comercio Agropecuario

Con esta estrategia se ha realizado un esfuerzo conjunto con diferentes instituciones y el respaldo de la Comisión de Economía Creativa, Medios del Poder Ciudadano, la Red de Jóvenes Comunicadores y el CNU. Presentando propuestas para el fortalecimiento y buenas prácticas en cuanto al uso de las redes sociales y otras herramientas digitales con fines comerciales.

En esa estrategia se continúa brindando capacitaciones a protagonistas por medio de encuentros departamentales, foros, intercambios y capacitaciones, esto como parte del plan denominado ***Negocios Digitales "Tu Tiempo para Prosperar",*** ejecutado por el MEFCCA, que tiene como principal objetivo brindar capacitaciones en el uso de servicios en línea y marketing en redes sociales, este plan proporciona herramientas en el uso de tecnologías y de innovación para los pequeños y medianos emprendimientos del campo y la ciudad.

De esta manera, fortaleciendo las capacidades de Técnicos Territoriales y Protagonistas de la Economía Familiar, para dar respuesta a la necesidad de interactuar con los clientes, a través de Plataformas Digitales, brindar la información de forma inmediata, aprovechando las herramientas digitales, trabajar la imagen del producto con estrategias innovadoras y de mayor calidad.

Por lo que es fundamental tener en cuenta que la transformación digital, ha venido impulsando cambios tecnológicos en la búsqueda de soluciones que permitan actualizar y agilizar los procesos internos y externos de los negocios; así como mejorar la atención al consumidor, permitiendo a las PYMES conocer mejor a sus clientes a través de los canales digitales, donde los consumidores tienen la oportunidad de opinar y valorar los productos o servicios.

2. Industrias claves para el Comercio Exterior de Nicaragua

"Entonces, yo diría que en estos últimos años, a partir de esta gran Alianza que hemos establecido, Trabajadores, Empresarios, Productores Agrícolas, hemos logrado ir avanzando, avanzando de forma realmente acelerada para lo que ha sido el ritmo del crecimiento de nuestra Economía.". **Comandante Daniel Ortega, 03 de agosto, 2017.**

2.1 Agroindustrias

Las políticas, programas y estrategias del Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional, fomentan la innovación tecnológica, el surgimiento de emprendimientos creativos, que contribuyen al incremento de la producción de alimentos para garantizar la Seguridad Alimentaria y Nutricional de las Familias.

La agroindustria es la actividad económica que comprende la producción, industrialización y comercialización de productos de origen agrícola, pecuario y forestal. Es por ello que, Nicaragua, con su clima tropical y tierras fértiles ideales para el uso agrícola y forestal, brindan el escenario óptimo para el establecimiento de operaciones de producción agrícola.

Sectores claves de la Agroindustrias:

- **Ganadería y producción de lácteos y cárnicos:** Nicaragua continúa siendo el principal productor de ganado y subproductos de la región centroamericana. Adicionalmente, cuenta con una ganadería de alimentación a base de pasto, lo cual le otorga costos de producción sumamente competitivos en Centroamérica. En 2021, el acopio de leche en plantas pasteurizadoras y otro tipo de plantas, como plantas de leche en polvo y procesadoras de queso fue de 170 millones de galones. Este dato indica que existe suficiente materia prima, para el procesamiento de una gran variedad de productos lácteos. Por otro lado, la carne de bovino se ha mantenido como uno de los productos de mayor exportación de Nicaragua. Es por todo esto que importantes empresas mexicanas como Grupo LALA y SuKarne se han establecido en el país con grandes expectativas de crecimiento.

- **Procesamiento de alimentos:** Nicaragua produce una gran variedad de materia prima que puede ser procesada localmente. Entre los productos con mayor potencial se encuentran: carne de res, frutas, vegetales, cacao, café, azúcar, maíz, mariscos, frijoles, plátanos, entre otros. Actualmente, se están procesando galletas, café instantáneo, bebidas carbonatadas, cerveza y ron. Otras oportunidades con gran potencial de desarrollo en Nicaragua son los productos a base de maíz, cereales, productos horneados, frituras, dulces, jaleas y mermeladas, conservas, frutas deshidratadas, salsas, encurtidos y condimentos.

Entre los principales logros de la Agroindustria en Nicaragua podemos destacar los siguientes:

1. **Comercialización de café en más de 40 mercados a nivel mundial.**
2. **Nicaragua como principal exportador de puros en Centroamérica.**
3. **Mayor productor de ganado y carne bovina en Centroamérica.**
4. **Reconocimiento a Nicaragua, como productor de cacao fino y aroma por la Organización Internacional de Cocoa.**
5. **Nicaragua actualmente es el mayor exportador de crustáceos hacia Europa Centroamérica (#5 en América Latina)**

2.2 Manufactura ligera

La industria de manufactura ligera es un motor económico importante y uno de los sectores más dinámicos de la economía de Nicaragua. Los bienes manufactureros han venido diversificando sus procesos, incrementando su sofisticación con el objetivo de ofrecer opciones de inversión con un mayor valor agregado.

Sectores claves de la Manufactura ligera:

- **Partes automotrices:** La industria de Manufactura Ligera en Nicaragua ha crecido para incluir operaciones con mayor valor agregado, como la manufactura de partes automotrices. El país ofrece una gran variedad de oportunidades de inversión relacionadas a la fabricación de partes automotrices en Nicaragua, tales como alfombras, forros para asientos, interiores, entre otros. Dos de las empresas más grandes de manufactura de arneses automotrices del mundo, Yazaki de Japón y Dräxlmaier de Alemania, cuentan con operaciones exitosas en Nicaragua.

- **Dispositivos médicos:** La industria de Manufactura Ligera ha evolucionado para incluir operaciones con mayor valor agregado, como la manufactura de dispositivos médicos. La producción de estos, muestra un continuo crecimiento en nuestro país, evidenciado por la expansión de empresas fabricantes de productos como agujas, catéteres, cánulas y aparatos generales de cirugía. La magnitud del mercado en productos y artículos quirúrgicos descartables, muestran que Nicaragua tiene una capacidad de producción consistente por su mano de obra competitiva y por la capacidad de acceso a los mercados más importantes del mundo.

- **Calzado:** Nicaragua está surgiendo como una plataforma muy atractiva para las operaciones de manufactura de calzado. Actualmente, el país exporta calzado de cuero, sandalias sintéticas, botas de hule y calzado de protección industrial. Los principales mercados de exportación son actualmente Estados Unidos, la Unión Europea, Costa Rica y Panamá. Un nicho importante en el que Nicaragua resulta particularmente competitiva es la manufactura de calzado de cuero y su exportación al mercado de EE.UU.

Entre los principales logros de la Manufactura ligera en Nicaragua se pueden mencionar los siguientes:

1. **Nicaragua es el mayor exportador de arneses automotrices en Centroamérica.**
2. **Proveedor de marcas como FORD, GMC, BMW, VOLKSWAGEN, CHRYSLER.**
3. **Principal exportador de prendas de vestir de tejido de punto (algodón) en Centroamérica.**
4. **Más de 970,000 m² de espacio industrial ocupado por empresas de Zonas Francas**

2.3 Externalización de servicios

Nicaragua alberga a más de 45 empresas del sector de Externalización de Servicios, las cuales exportan servicios cada vez más especializados a destinos como Estados Unidos, Canadá y Europa. Entre las principales razones por las cuales el país ha ganado mucho auge en este sector, destacan su proximidad a los mercados de Norte y Sudamérica, su estructura de costos competitiva y la calidad del talento humano nicaragüense.

Sectores claves de la Externalización de servicios:

- **Externalización de procesos de conocimiento:** Este sector en Nicaragua se ha desarrollado y diversificado rápidamente en los últimos años, ofreciendo servicios de

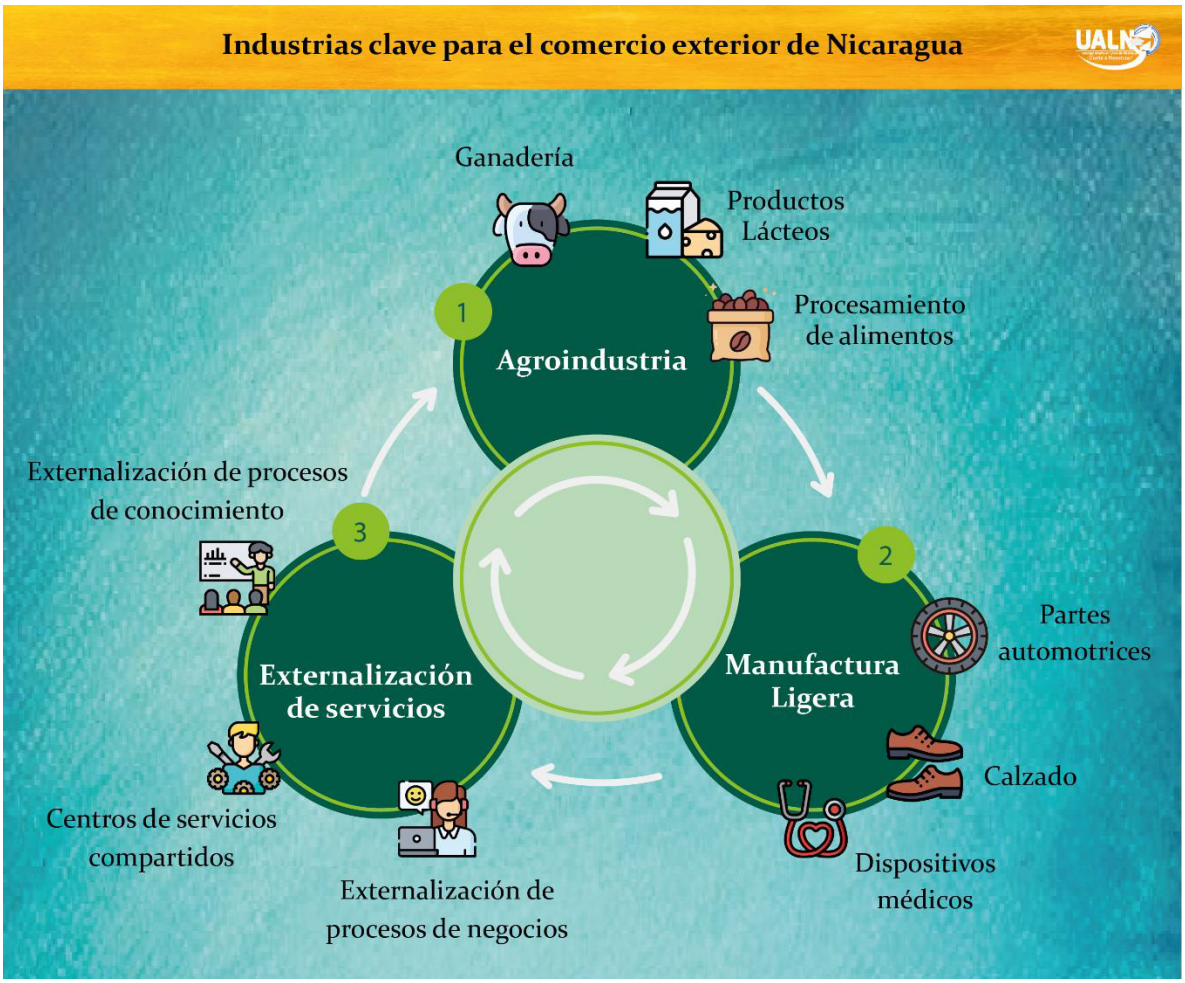
alto valor agregado tales como la investigación y desarrollo de patentes, mercadeo digital, procesos de reclutamiento, servicios financieros, entre otros.

- **Centros de servicios compartidos:** Nicaragua presenta una gran oportunidad como un destino para operaciones de Centros de Servicios Compartidos, para grupos que han aumentado su presencia en la región. Desde esta operación se pueden consolidar diversos servicios como recursos humanos, finanzas, compras y adquisiciones, entre otros.

- **Externalización de procesos de negocios:** Esta industria ha puesto a Nicaragua en el mapa como una de las plataformas más atractivas para la subcontratación. Esta representa una importante fuente de empleo formal para el talento nicaragüense. Actualmente, existen más de 22 empresas exportando servicios tanto en inglés como en español. Los servicios que más exportan las empresas con presencia en Nicaragua son servicio al cliente, servicio por chat, trastienda, soporte técnico y cobranzas.

Entre los principales logros de la Externalización de servicios en Nicaragua se pueden destacar los siguientes:

1. **Servicios en tiempo real a los diferentes países con los que se trabaja.**
2. **El 84 % de la mano de obra contratada presta servicios en inglés.**
3. **Destinos han venido incrementando: Alemania, Canadá, Reino Unido, Argentina, Australia, México.**
4. **Salarios competitivos y estables.**



3. Desafíos que enfrenta Nicaragua en el mercado exterior

"Otra buena noticia es la de nuestras exportaciones. Nicaragua liderando, gracias a Dios los números de crecimiento de las exportaciones, y esto se explica porque tenemos un pueblo laborioso, un pueblo que trabaja con fe, un pueblo que se levanta todos los días con esperanza, invoca a Dios, invoca y clama por protección, bendición, prosperidad y victoria."
Compañera Rosario Murillo, 07 de agosto, 2020.

Nicaragua en el año 2021 registró 6,888.6 millones de dólares en exportaciones, dado a este incremento significativo nuestro país ha trabajado en pro de dotar a nuestros productores y pequeños empresarios de herramientas y conocimientos necesarios, para vencer los obstáculos y desafíos que se presentan al momento de exportar sus productos a otros países.

Por su parte, las tendencias en los mercados internacionales dirigida a la alimentación, la salud y todos sus derivados (como medicina alternativa natural y productos para ejercitarse), así como las ventas en línea o el Ecommerce (comercio electrónico), nos permiten darnos una idea de cómo avanzará la economía y cuáles son los mercados que se proyectan para la comercialización de productos.

Entre los principales desafíos que se pueden encontrar está la comercialización de productos básicos para la alimentación, por lo que el factor inocuidad y el cumplimiento con las normativas y reglamentos internacionales para la exportación, permitirá una gran ventaja al momento de ofertar el producto en los mercados internacionales.

De igual manera, los conocimientos fundamentales sobre Ecommerce, y conocimientos de marketing digital, permitirá a los pequeños empresarios competir con grandes empresas exportadoras, ofertando al mercado productos innovadores y con valor agregado, llamando la atención de nuevos compradores que podrían ser de los mercados emergentes (países asiáticos), y de esta manera diversificando la oferta en los mercados internacionales.

Para conocer cómo nuestro gobierno se prepara para brindar a los productores, Pymes y emprendedores herramientas que les permitan entrar de manera competitiva a los mercados internacionales, es necesario estudiar los ejes y estrategias expuestas tanto en el Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano 2022-2026 (PNLCP-DH) y el Plan Nacional de Producción Consumo y Comercio (PNPCC), este último enfatizado en trabajo a realizar en el sector agro productivo.

Dentro del Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano 2022-2026 en el eje de trabajo **"Más y mejor producción en el campo, desarrollando la agroindustria y el consumo saludable"** se plantea seguir avanzando en el incremento de la productividad, calidad y diversificación de la producción del campo; en el desarrollo sostenible de los medios de vida de las familias productoras, con énfasis en la micro, pequeña y mediana producción; que implica no solo el uso racional de los recursos naturales, sino, también, el desarrollo de los talentos humanos e incorporación de más tecnologías.

Por otra parte, para el período que comprende los años 2022- 2026, se pretende potencializar el incremento del valor agregado de la producción agropecuaria, para diversificar la economía e incrementar la competitividad internacional, que genere mejores condiciones para lograr mayores exportaciones.

En este marco, se continuarán impulsando 9 políticas específicas, interrelacionadas entre sí y de carácter global, vinculadas con los sectores agropecuarios, pesca y acuicultura, forestal, ambiental, entre otros:

1- **Política de Productividad**

2- **Política de Investigación e Innovación Productiva**

3- **Política de Seguridad y Soberanía Alimentaria**

4- **Política de Conservación, Protección de la Madre Tierra y adaptación al Cambio Climático**

5- **Política Forestal**

6- **Política Comercial**

7- **Política de Financiamiento e Inversiones**

8- **Política de Agroindustrialización**

9- Política de Seguridad en el Campo

De igual manera, otro eje que viene a fortalecer los esfuerzos en base a la adopción de nuestros productos bajo las políticas internacionales es "**Fortalecer el sistema de vigilancia agropecuaria para garantizar la inocuidad agroalimentaria y proteger al país de plagas y enfermedades".** Está orientada a la facilitación, normación, regulación e implementación de medidas y acciones que garanticen el estatus fito-zoosanitario del país, mediante sistemas de inocuidad agroalimentaria, cuarentena agropecuaria y trazabilidad pecuaria.

Dentro de los esfuerzos a realizar para exportar productos de calidad, se espera continuar controlando y previniendo la introducción y diseminación de plagas y enfermedades que ocasionan daños al patrimonio del país. Asimismo, garantizar y certificar la sanidad e inocuidad de la producción agropecuaria, acuícola, forestal y pesquera, para el consumo nacional y las exportaciones, a través de diagnósticos oportunos de plagas y enfermedades endémicas y transfronterizas, así como seguir implementando programas sanitarios para la prevención, control y erradicación de enfermedades en los animales.

También es importante mencionar que se trabaja para **promover asociaciones público-privadas para desarrollar la agroindustria a mediana y gran escala, que permita la salida de los excedentes productivos con valor agregado**, importante estrategia planteada para la exposición o presentación de los productos nicaragüenses en el mercado internacional.

Dentro del PNLCP-DH, nuestro gobierno promoverá las agroalianzas público-privadas que se derivan de asociar al sector privado con el sector público; éste último como creador de un entorno regulador y de negocios adecuado y que asegura la inclusión del objetivo social en las diferentes inversiones.

Por otro lado, se publicará la nueva Política de Industrialización Sostenible e Inclusiva, con el objetivo de transformar de forma evolutiva y acelerada la matriz productiva nacional basada en la agricultura, hacia una fundamentada en el desarrollo, aprovechando las ventajas comparativas y creando ventajas competitivas mediante el fortalecimiento del capital humano, el incremento de la productividad, el mejoramiento de la calidad; coadyuvando a la generación de empleo, la sustitución competitiva de importaciones, promoción de las exportaciones, la soberanía y seguridad alimentaria y nutricional, y la reducción de la pobreza.

Por su parte el **Plan Nacional de Producción Consumo y Comercio** plantea dentro de sus ejes fortalecer su "**Política de Seguridad y Soberanía Alimentaria y Nutricional**", que tiene como principio rector no dejar a nadie atrás, alcanzaremos en 2026 una producción que asegure el abastecimiento nacional en no menos del 95 %, con incremento de las exportaciones, avanzando en el cumplimiento del Objetivo de Desarrollo Sostenible #2 (Acabar con todas las formas de hambre y desnutrición para 2030).

De igual manera, plantea una **“Política de Financiamiento e Inversiones”**, que aspira a impulsar proyectos de inversión pública y socioproductivos; y promover la inversión privada e inversión extranjera, orientada a aumentar la producción nacional de bienes y servicios, incrementar las divisas por medio de las exportaciones, generar nuevos empleos y reducir la pobreza.

Referencias

BCIE (2022) *Modernización de Puerto Corinto en Nicaragua impulsará el comercio nacional y regional con el apoyo del BCIE.* https://shortest.link/5DEQ

BCN (2022) *Diversificación y crecimiento de las exportaciones de Nicaragua*: https://shortest.link/623R

El 19 Digital (2019) *Negocios Digitales crecen en Nicaragua*: https://shortest.link/5oI9

El 19 Digital (2020) *Nicaragua aprueba convenio para el desarrollo de pesca artesanal en el Caribe.* https://shortest.link/5kS8

El 19 Digital (2021) *Avance de la producción agrícola y pecuaria en Nicaragua*: https://shortest.link/5p1J

El 19 Digital (2021) *Plan Nacional de Producción Consumo y Comercio será presentado el próximo martes*: https://shortest.link/5F64

El 19 Digital (2022) Mensaje de Nicaragua Tercera Comisión (Social, Cultural): https://shortest.link/5p3k

El 19 Digital (2022) *Plan Nacional de Producción, Consumo y Comercio 2022 – 2023*: https://shortest.link/5F6v

ENATREL (2019) *Políticas y Proyectos de Desarrollo Para Potenciar la Inversión 2019-2021.* https://shortest.link/5DU9

GRUN (2021) *Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano*: https://shortest.link/5K-b

INATEC (2022) *Nicaragua lanza Programa Nacional "Vocación productiva para el trabajo y la vida"*: https://shortest.link/5EHB

MEFCCA (2020) *Programas emblemáticos.* https://shortest.link/5ANl

MEFCCA (2020) *Proyectos.* https://shortest.link/5kQM

MEFCCA (2021) *MEFCCA Realiza Foro Virtual Transformando la Experiencia del Cliente*: https://shortest.link/5oIM

MEFCCA (2022) *Agregación de Valor y Transformación*: https://shortest.link/5EI0

MIFIC (2020) *Estrategia Nacional para promover la comercialización de productos agropecuarios en el mercado nacional e internacional 2020 - 2023*: https://shortest.link/5APQ

MIFIC (2020) *Fomento y Promoción de Exportaciones* : https://shortest.link/5kW5

MIFIC (2022) *Plan nacional de producción consumo y comercio:* https://shortest.link/5ARt

MIFIC (2022) *Plan Nacional de Producción Consumo y Comercio*: https://shortest.link/5K-s

MIFIC (2022) *Plan Nacional de Producción, Consumo y Comercio 2022-2023.* https://shortest.link/5EBD

MIFIC (2022) *Programa de Fortalecimiento a la Gestión del Comercio Exterior.* https://shortest.link/5DVx

Nicaragua Creativa (2020) *Programa de Incubación y Aceleración de Negocios.* https://shortest.link/5kLv

OMC (2021) *Examen de las Políticas Comerciales - Informe de Nicaragua*: https://shortest.link/5F6a

ProNicaragua (2022) *Agronegocios*: https://shortest.link/5F5U

ProNicaragua (2022) *Externalización de servicios*: https://shortest.link/5p1X

ProNicaragua (2022) *Manufactura ligera*: https://shortest.link/5F5M