

INDICE

I.	INTRODUCCION.....	6
II.	INFORMACION GENERAL	
	A. Territorio.....	7
	A.1. Regiones fisiográficas.....	7
	B. Población y principales ciudades.....	8
	B.1. Características de la Población.....	9
	B.2. Divisiones Administrativas.....	9
	B.3. Lenguas.....	9
	B.4. Religiones.....	9
	B.5. Educación.....	9
	B.6. Moneda y Cambio.....	10
	C. Clima.....	10
	D. Zona de Tiempo.....	10
	E. Sistema de Gobierno.....	11
	E.1. Partidos Políticos.....	11
	E.2. Salud y Bienestar Social.....	11
	E.3. Régimen de Atención Social.....	12
	F. Transporte.....	12
	F.1. Carreteras.....	12
	F.2. Ferrocarril.....	12
	F.3. Puertos Comerciales Internacionales	12
	F.4. Aeropuertos Internacionales.....	13
	G. Trabajo.....	13
	G.1. Vacaciones.....	14
	G.2. Horario Laboral.....	14
	H. Corriente Eléctrica y Sistema Métrico.....	14

III. ECONOMIA

A. Líneas de Créditos de Bancos.....	15
B. Principales Bancos Comerciales.....	16
C. Recursos Naturales.....	16
C.1. Minería.....	16
C.2. Agricultura.....	16
C.3. Pescas.....	16
D. Industria.....	17
E. Manufactura.....	17
F. Construcción.....	17
G. Turismo.....	17
H. Telecomunicaciones.....	17

IV. EL MERCADO Y SUS CONDICIONES DE ACCESO

A. Canales de Comercialización.....	18
B. Requisitos Aduaneros.....	18
B.1. Declaración de Exportación.....	18
a. Factura Comercial.....	19
b. Certificado de Origen.....	19
c. Otras Licencias.....	19
C. Productos con potencial.....	19
D. Etiquetado.....	20
E. Regulaciones de Importaciones.....	20
E.1. Productos veterinarios.....	21
E.2. Alimentos.....	21
E.3. Productos Farmacéuticos.....	21
F. Restricciones.....	21
G. Uso de Agentes/Distribuidores.....	22

H. Franquicias.....	22
I. Mercadeo Directo.....	22
J. Licencias / Inversión Conjunta.....	22
K. Pasos para Establecer una Oficina.....	23
L. Técnicas y Prácticas de Ventas.....	23
M. Medios de Publicidad y Promoción Comercial.....	23
N. Precios de Productos.....	25
O. Servicios de Ventas/Servicios al Cliente.....	25
P. Protección de la Propiedad Intelectual.....	25
P.1. Patente.....	25
P.2. Derecho de Autor.....	25
P.3. Marcas de Fábrica.....	26
Q. Uso de Abogado Local.....	26
R. Ventas / Compras del Gobierno.....	26
V. INTERCAMBIO COMERCIAL	
A. Balanza comercial.....	29
A.1. Importaciones.....	30
A.2. Exportaciones.....	33
VI. OPORTUNIDADES QUE OFRECE NICARAGUA.....	36
VII. LEYES DE INTERES PARA LA INVERSIÓN.....	37
VIII. INFORMACIÓN PRÁCTICA	
A. Membresía a Organizaciones Internacionales.....	38

B. Acuerdos comerciales.....	38
C. Días festivos.....	39
D. Inmigración visas.....	40
IX. DIRECCIONES DE INTERES PARA EL EXPORTADOR.....	41
X. BIBLIOGRAFÍA.....	44
XI. ANEXO.....	45



INTRODUCCION

La Guía para exportar al mercado nicaragüense, forma parte de la colección de documentos informativos para incursionar al mercado centroamericano elaborados por el Viceministerio de Comercio Exterior con el propósito de difundir conocimientos al exportador referente a la penetración a mercados internacionales, para así poder brindar a nuestros usuarios una herramienta más en el proceso de investigación de mercados, para impulsar e incrementar las exportaciones panameñas hacia dichos países. Dentro de esta guía podrán encontrar datos generales de Nicaragua, información comercial, económica, política, cifras estadísticas sobre el intercambio comercial con Panamá, así como otros datos necesarios para la introducción de bienes a dicho vecino Centroamericano.



Para mayor información sobre el mercado nicaragüense o con relación al proceso de exportación, podrá apersonarse a nuestras oficinas o contactarnos:

Ministerio de Comercio e Industrias
Viceministerio de Comercio Exterior
Avenida Ricardo J. Alfaro y Ave. El Paical
Edison Plaza, Tercer piso
Teléfono (507) 360-0600 / 360-0700
Fax (507) 360-0656
www.vicomex.gob.pa

INFORMACION GENERAL

A. Territorio

Nicaragua ocupa un área de 130,682 Km. siendo el país más extenso de la región centroamericana, está situada en el corazón de Centroamérica y limita al Norte con Honduras; al Sur con Costa Rica; al Este, con el Océano Atlántico (Mar Caribe); y al Oeste, con el Océano Pacífico. Su línea costera es de 352 Km. en el Pacífico y de 541 Km. en el Atlántico. Posee dos grandes lagos que ocupan una extensión de 10,333 Km. en la zona del Pacífico del país.

A.1. Regiones fisiográficas

Nicaragua está dividida en tres grandes zonas geográficas: la Región del Pacífico, la Región del Atlántico y la Región Central.

La Región del Pacífico u Occidente es una región plana separado por una línea de volcanes activos localizados de forma paralela a la costa del Pacífico entre el Golfo de Fonseca y el Lago Cocibolca.



La Región del Atlántico representa casi la mitad del territorio de Nicaragua. Esta región esta llena de tundra de pinos y selvas tropicales atravesadas por numerosos ríos que fluyen directamente hacia el Mar Caribe.

La Región Central esta ubicada entre la Región del Pacífico y la Región del Atlántico.

El país está dividido en 16 departamentos. **En la Región del Pacífico:** Chinandega, León, Managua, Masaya, Granada, Carazo y Rivas. **En la Región del Atlántico:** Río San Juan, Zelaya Norte (Región Autónoma Atlántico Norte) y Zelaya Sur (Región Autónoma Atlántico Sur). **En la Región Central:** Nueva Segovia, Madriz, Estelí, Matagalpa, Jinotega, Boaco y Chontales.

B. Población y principales ciudades

Nicaragua cuenta con 4.8 millones de habitantes, distribuidos entre la población rural (45.65%) y la urbana (representando el 54.35% de la población total) localizada fundamentalmente en la región del Pacífico, cuya extensión alcanza tan sólo el 15% del territorio nacional. La otra gran región natural, el Atlántico, concentra tan sólo el 8.5% de la población en el 56% del territorio. La densidad de la población en Nicaragua es de 42.5 habitantes por km²., con una tasa de crecimiento anual del 3%.

Managua, Capital de Nicaragua, es una ciudad congestionada y en movimiento, en donde habitan una cuarta parte de la población total de la República, esta se extiende a lo largo de la parte sur del Lago de Managua.



Población de las principales ciudades

<u>Ciudad</u>	<u>Población</u>	<u>Participación</u>
Managua	1,093,760	25.10%
Matagalpa	383,776	8.80%
Chinandega	350,212	8.03%
León	336,894	7.73%
Jinotega	257,933	5.91%
Masaya	241,354	5.53%

B.1. Características de la Población

La mayoría de la población nicaragüense (69%) está constituida por mestizos (mezcla entre europeos y amerindios). Existe un número mayor de blancos, 17% con relación a los negros 9% de la población total. Los indígenas alcanzan un 5%. En la costa oeste habitan los indios Monimbó y Subtiava. La población que habita en la costa este es de habla hispana y también incluye hindúes, Sumo y Rama, y negros conocidos como Garifuna que son descendientes de esclavos africanos y amerindios.



B.2. Divisiones Administrativas

Nicaragua esta conformada por 16 departamentos y 2 regiones Autónomas. Los departamentos son Boaco, Carazo, Chinandega, Chontales, Esteli, Granada, Jinotega, León, Madriz, Managua, Masaya, Matagalpa, Nueva Segovia, Río San Juan, y Rivas. Las dos regiones autónomas son Atlántico Norte y Atlántico Sur.

B.3. Lenguas

El idioma oficial es el español, no obstante, en la Costa Atlántica se habla inglés y dialectos indígenas (miskito, suno).

B.4. Religiones

La mayor parte de la población nicaragüense es católica, aunque también hay diversos templos dedicados a diferentes creencias.

B.5. Educación

En 1998, se contabilizó que el 84.77% de los centros educativos son públicos, conformados por 3,272 centros preescolares, 4,892 primarias y 313 secundarias; frente a un 21.31% centros educativos privados, constituidos por 682 escuelas preescolares, 1,013 primarias y 436 secundarias.

El analfabetismo asciende al 40% en la población femenina rural. La tasa de analfabetismo es una de las más altas de la región centroamericana, alcanzando al 24% de la población.

B.6. Moneda y Cambio

La unidad monetaria nicaragüense es el córdoba de oro (C\$), dividido en 100 centavos. Existen billetes de 1, 5, 10, 25, 50 y 100 córdobas, así como monedas de 1, 5, 10, 25 y 50 centavos.

El comportamiento del cambio del córdoba de oro se destaca por mini devaluaciones con movimiento diario preanunciado; comparado con el dólar americano, el cambio a diciembre de 2002 es de US\$1.00=C\$14.35 córdoba nicaragüense.

C. Clima

Debido a la cadena montañosa centroamericana que atraviesa diagonalmente del Noroeste al Sudeste, se presenta una diversidad considerable del clima. El clima es tropical y seco, a lo largo de la costa Pacífica; fresco, en la zona montañosa y húmedo, en la zona del Caribe. Generalmente, la temperatura promedio anual es de 27°C y su precipitación es de 1,300mm. anual.



El clima de la Región del Pacífico es generalmente más agradable que el clima de la Región del Atlántico. Esto se debe al alto grado de precipitación que existe en el Atlántico.

Las dos estaciones climáticas de Nicaragua son muy similares a las disfrutadas en Panamá. La época de lluvias (invierno) inicia en Mayo y termina en Octubre, siendo los meses más húmedos del año. La época seca (verano) inicia en Noviembre y termina en Abril.

D. Zona de Tiempo

Nicaragua se encuentra en la zona de tiempo GMT -6 horas, una hora menos que Panamá.

E. Sistema de Gobierno

Nicaragua es una República Democrática, con un gobierno compuesto por cuatro poderes.

El Poder Ejecutivo: está encabezado por un Presidente elegido por medio del voto directo para un período de cinco años, auxiliado por un Vicepresidente y un Gabinete.

El Poder Legislativo: compuesto por la Asamblea Nacional integrada por 92 representantes los cuales son elegidos por el voto directo por un periodo de cinco años.

El Poder Judicial: está conformado por la Corte Suprema con 7 Magistrados como mínimo, Cortes Auxiliares y otras cortes, cuyos miembros son elegidos por la Asamblea Nacional.

El Poder Electoral: está constituido por el Consejo Supremo Electoral cuyos miembros también son electos por la Asamblea Nacional.

E.1. Partidos políticos

El entorno político nicaragüense lo conforman los siguientes partidos políticos:

- Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN)
- Alianza Política Opositora, ex Unión Nacional Opositora (UNO), integrada por: Partido Democrático de Confianza Nacional (PDCN); Partido Nacional Conservador (PNC); Partido Alianza Popular Conservadora (PAPC); Partido Liberal Independiente (PLI); Partido Social Demócrata (PSD); Partido Liberal Constitucionalista (PLC).
- Otros partidos: Partido Socialista Nicaragüense (PSN); Partido Comunista de Nicaragua (PCdeN); Partido Neo Liberal (PAL); Movimiento Democrático Nicaragüense (MDN); Partido de Acción Nacional (PAN); Partido Integracionista de América Central (PIAC); Partido Alianza Nacional Conservadora (PANC); Partido Popular Social Cristiano (PPSC); Movimiento Indígena Yatama; Partido Yatama Social Cristiano (PSC); Movimiento Revolucionario Unido (MRU); Partido de la Resistencia Nicaragüense (PRN).

E.2. Salud y Bienestar Social

Tan sólo el 30.8% de la población urbana tiene acceso razonable a fuentes públicas de agua potable con conexión en la vivienda, aunque el 91.1% de la población tiene acceso a fuentes públicas de agua potable. El 54.8 % de la población rural dispone de agua potable razonablemente accesible.

El Ministerio de Salud de Nicaragua cuenta con 31 hospitales que están situados principalmente en la cabecera departamental. Los hospitales de referencia nacional se localizan en Managua. Hay un médico por cada 1,490 habitantes.

E.3. Régimen de Atención Social

Todas las empresas están obligadas a asegurar a sus empleados ante el Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS). El empresario contribuye con una cuota mensual equivalente al 12,5% del salario del empleado y este con un 4%, el cual es deducido del pago por el empresario y entregado mensualmente al INSS.

F. Transporte

F.1. Carreteras

Nicaragua consta de una red vial de 26,000 Km. de pistas y 4,500 Km. de carretera asfaltada y señalizada, la mayoría de sus carreteras se encuentran en el área oeste. La carretera Panamericana corre de norte a sur a través de Nicaragua por el lado Pacífico, constituyendo así la carretera más utilizada en el flujo de carga.

F.2. Ferrocarril

Nicaragua cuenta con una vía ferroviaria (El Ferrocarril del Pacífico) que une el Puerto de Corinto con Managua, la cual ha sido recientemente cerrada.

F.3. Puertos comerciales internacionales

Nicaragua tiene 6 puertos marítimos, los cuales son operados por el gobierno a través de la Autoridad Portuaria (EPN). Los puertos más importantes de la costa del Pacífico son: El Puerto Corinto, a 176 km. del noreste de Managua, considerado el mejor para barcos comerciales; Puerto Sandino, utilizado en su mayoría para la importación del petróleo crudo y carga como fertilizantes y acero; y San Juan del Sur, con capacidad limitada utiliza barcazas para el descargo; en los últimos años se ha utilizado como puerto de cruceros. En la costa Atlántica, encontramos los puertos de El Bluff, con capacidad limitada; El Rama, localizado en el Río Rama y Puerto Cabezas, el cual cuenta con una red vial parcialmente pavimentada y sin acceso en la temporada lluviosa.



PUERTO	UBICACIÓN	COMENTARIOS
Corinto	Océano Pacífico	Capacidad de operación 1,516,900 toneladas métricas por año. Ofrece agua potable
Puerto Sandino	Océano Pacífico	Principal destino de las importaciones de petróleo crudo. Ofrece muelles para carga y contenedores, agua potable
Puerto San Juan Sur	Océano Pacífico	No ofrece facilidades para el manejo de carga.
El Bluff	Océano Atlántico	Poca capacidad para el manejo de carga
Puerto Cabezas	Océano Atlántico	Poca capacidad para el manejo de carga

Fuente: www.portguide.com

Debido a la débil infraestructura y altos costos de operación, la mayoría de la carga marítima y frutas frescas son transportadas vía terrestre desde Puerto Limón en Costa Rica o Puerto Cortés en Honduras hasta Nicaragua.

F.4. Aeropuertos Internacionales

En la actualidad, Nicaragua cuenta con el Aeropuerto Internacional de Managua; Augusto Sandino a 12 km. del centro de la ciudad, el cual dispone de facilidades de cargas separadas y un área de almacenaje frío de 3,500 pies cúbicos. En la actualidad el aeropuerto se encuentra en expansión para poder manejar el doble de su capacidad de pasajeros anuales (1.4 millones) para después del 2002.

G. Trabajo

Nicaragua consta de una fuerza laboral calificada y competitiva:

- 65% de la población es menor de 25 años.
- Costo promedio de la mano de obra es de US\$ 0.67/hora, incluyendo beneficios sociales.
- Un sistema educativo compuesto por universidades nacionales y extranjeras, las cuales, han contribuido a la creación de una estructura laboral muy eficiente.



- La mayoría de profesionales se desempeñan en varios idiomas: inglés, francés, alemán, portugués, ruso e italiano.
- Tasa de Alfabetismo del 75%.
- Libre contratación de extranjeros a nivel administrativo.

G.1. Vacaciones

Como mínimo se ofrecen 15 días hábiles después de un año consecutivo de trabajo.

G.2. Horario Laboral

La jornada laboral está establecida en un máximo de 48 horas semanales: 6 días de 8 horas diarias; sin embargo, se puede acordar entre el empresario y el empleado una jornada diaria mayor siempre que no exceda el límite de 48 horas semanales. En áreas insalubres se establece un máximo de 6 horas por día. Para jornadas nocturnas, 7 horas y para turnos 7 y ½ horas. El tiempo extra se calcula en exceso a los límites mencionados. También se concede ½ hora de descanso pagado por cada turno regular.

En la práctica, el horario regular en la mayoría de las oficinas y establecimientos es de 8 a.m. a 5 p.m., aunque una parte del comercio abre de 9 a.m. a 6 p.m., incluyendo sábados.

- **Bancos:** Lunes a Viernes de 8:30 a.m. a 2:00 p.m., algunas sucursales del Banco Nicaragüense de Industria y Comercio cierran a las 6:00 p.m.; Sábados de 8:30 a.m. a 11:30 a.m.
- **Comercios:** Lunes a Viernes de 9:00 a.m. a 6:00 p.m.; Sábados de 9:00 a.m. a 12:00 m.; Los supermercados cierran a las 8:00 p.m.
- **Administración pública:** Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 12:00 m. y de 1:00 p.m. a 5:00 p.m.

H. Corriente eléctrica y sistema métrico

Nicaragua utiliza la misma corriente eléctrica (110V y 60Hz) y sistema métrico que Panamá, exceptuando en medidas de petróleo, en la cual utilizan el galón.

ECONOMIA

Nicaragua mantiene el segundo Producto Interno Bruto (PIB) más bajo del hemisferio occidental de US\$ 2.36 billones y una de las deudas externas más altas del mundo. Aunque la economía nicaragüense creció un 4.3% en el 2000, agricultura (7.9%), construcción (10.4%) y turismo (7%); no se compara con el crecimiento del año anterior del 7.4% en 1999.

Nicaragua es esencialmente un país agrícola con pocas bases para la manufactura. Depende de las importaciones para suministrar la demanda de mucho de los productos manufacturados, procesados y de consumo. Actualmente, el gobierno ha liberalizado el régimen de comercio internacional, mediante la reducción de aranceles, barreras no-arancelarias y el control del cambio de la moneda.

La economía de Nicaragua, que antes era una economía mixta, está experimentando un amplio ajuste estructural que la dirige hacia una economía de mercado. Esto se está realizando a través de la privatización de los entes estatales y la reducción del sector público.



La economía nicaragüense trata de salir de la crisis a través de su integración en los mecanismos internacionales. Los inversionistas extranjeros disponen de importantes exenciones fiscales en la importación, exportación y obtención de rentas.

Cerca de la mitad de los ingresos por exportaciones, son generados por la exportación del café y del algodón.

A. Líneas de Crédito de Bancos

Actualmente la tasa interés por depósito a plazo fijo está al 9.50% anual, en moneda nacional y 8% en moneda extranjera. La tasa de ahorro está al 6% en Córdoba y 4% en US\$.

Por otro lado, la tasa de interés por préstamos es de 18% anual y se cobra una comisión de desembolso del 25%, más los gastos legales de 1.5%, cuya forma de pago es por cuotas mensuales, que van de acuerdo al préstamo.

B. Principales Bancos Comerciales

Nicaragua cuenta actualmente con 11 bancos privados y 2 estatales. Dentro de los bancos que mejor se han posicionado en el mercado se encuentran: el Banco Mercantil que posee el 18.6% de los depósitos, Banco de América Central (BAC) con el 17.4%, y el Banco de Crédito Centroamericano (BANCENTRO) con el 15.2%.

C. Recursos naturales

C.1. Minería

Nicaragua, en contraste con Panamá, consta de riquezas minerales explotadas; posee 8 minas de oro y plata, que en los años 70 generaban US\$ 150 millones, pero debido a los altos costos de producción y devaluación de dichos metales, la actividad minera se ha visto afectada y reducida desde el 2000, con una contracción del 20%.

C.2. Agricultura

En la agricultura encontramos café, bananas, caña de azúcar, algodón, arroz, maíz, mandioca (tapioca), frutas cítricas, habas, ganado para carne de res, carne de cerdo, avicultura, leche, soya. La pesca comercial fue controlada por el Estado en 1961. La captura anual de pescado es de más de 6,000 toneladas, lo mismo en agua dulce como en el mar. Las principales capturas son los crustáceos como el camarón.

La agricultura conforma el sector primario de la economía nicaragüense. Para el año 2000 esta actividad representó el 27.5% del PIB, generando 60% de empleos y conformando el 55% de las exportaciones. El sector agrícola obtuvo un crecimiento del 7.9% en 2000.



el

Nicaragua cuenta con 3.6 millones de hectáreas con potencial agrícola, de las cuales, sólo se encuentran cultivadas menos del 20%; mientras que en materia pecuaria, se han registrado un potencial de 1.3 millones de hectáreas.

C.3. Pesca

La costa del Pacífico nicaragüense cuenta con 410 kilómetros, y un potencial para el cultivo de camarón de 39,000 hectáreas, equivalentes a la tercera parte de todo el potencial de Centroamérica y Panamá. Adicionalmente, posee 10,338 kilómetros de aguas continentales y 7,365 kilómetros de agua provenientes de ríos, condiciones

que permiten a Nicaragua, ser el país ideal para el cultivo de Tilapia y Pez Carpa. El Lago de Nicaragua posee una biomasa explotable de 50,000 toneladas por año, con permiso de captura de 8,000 toneladas por año.

D. Industria

En el Sector Industrial se desarrollaron las industrias de alimentos, productos químicos, siderurgia, telas y tejidos, ropa, refinación y distribución de petróleo, bebidas, calzado.

E. Manufactura

Nicaragua al igual que Panamá goza de Zonas Procesadoras para la Exportación, las cuales incrementaron las exportaciones de productos manufacturados a un 23% en el 2000, incrementando en un 2% el PIB, conformando el 20% del PIB. En este contexto, existen una variedad de zonas las cuales son privadas, gubernamentales y mixtas.

F. Construcción

El sector de la construcción tuvo un crecimiento del 10.4% en el 2000, debido al clima político de elección presidencial e inversiones para la construcción de hoteles y centros comerciales. En contraste, la construcción residencial y de comercio se encuentra estancadas, con espera de recuperación en los años venideros.



F. Turismo

Según el Instituto de Turismo de Nicaragua, la segunda fuente más importante de entrada de divisas en el 2000 fue el turismo. El turismo representó entradas de \$112.5 millones en 2001 con expectativas de crecimientos en el 2005.

G. Telecomunicaciones

El gobierno nicaragüense desea privatizar la compañía telefónica gubernamental ENITEL. Se encuentra en espera de ofertas para la venta del 40% de sus acciones a la empresa de telecomunicaciones con mejor oferta, con sujeción en parámetros preestablecidos por legislación especial que regula la venta de las mismas.

IV-

EL MERCADO Y SUS CONDICIONES DE ACCESO

A. Canales de Comercialización

La distribución en Nicaragua de productos importados es manejada por distribuidores locales y por agentes, cuyos derechos están protegidos al amparo de la Ley de Agentes, Representantes y Distribuidores de Productos Extranjeros. Las normas que protegían la distribución exclusiva y los derechos adquiridos por los distribuidores fueron derogados, por lo que existe mayor flexibilidad para cambiar de un distribuidor a otro.

El mercado detallista de Nicaragua es muy pequeño, por ejemplo, no tiene grandes tiendas de departamentos; sin embargo, es un mercado en desarrollo, con la construcción de grandes centros comerciales y la expansión de cadenas de supermercados.

En lo que respecta a productos de consumo masivo, las *pulperías* (tiendas de barrios, bodegas) son importantes centros de compra para la clase baja y media baja de Nicaragua, mientras que los supermercados están dirigidos básicamente a la clase media y alta.



B. Requisitos aduaneros

Dentro de los requisitos aduaneros para la importación de mercancías se encuentran; el conocimiento de embarque, factura comercial, certificado de origen y lista de empaque. También están los documentos fiscales; Registro Único de Contribuyente (RUC), Solvencia Fiscal y Municipal, constancia de IGV (constancia de Responsable Retenedor del Impuesto General al Valor y Licencia de Importación.

B.1. Declaración Unificada de Aduana (Formulario de Liquidación) en la República de Panamá:

La declaración aduanera para la introducción de productos importados debe contener toda la información que describe el documento. Además debe de estar firmada por el interesado o el Corredor de aduana (opcional), con el número de su licencia. La misma tiene un costo de B/.2.00 y es adquirida en el Sindicato de Industriales de Panamá. Igualmente, esta debe ser tramitada conjuntamente con los siguientes documentos:

a) Factura Comercial: Es un papel membretado de la empresa con su dirección, teléfono y número de Registro Unico del Contribuyente (R.U.C.). Este debe estar juramentado y firmado por el exportador, además debe contener la cantidad, peso, y descripción del la mercancía y su valor unitario y total, en original y tres copias.

b) Certificado de Origen: Deberá presentarse debidamente lleno, con las firmas del exportador y de las entidades que emitan este documento, bien sea el Viceministerio de Comercio Exterior, la Cámara de Comercio, Industria y Agricultura de Panamá o el Sindicato de Industriales de Panamá, además del sello correspondiente, refrendado por el VICOMEX en original y tres copias.

c) Otras licencias, certificados, dependiendo del producto:

➤ Productos Agrícolas:

- **Certificado Fitosanitario:** este certificado se solicita en el lugar donde se origina el producto o empaque, lo emite la Dirección de Sanidad Vegetal del Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA), a través de las direcciones regionales, con un costo de B/.5.00.

➤ Productos del Mar:

A. Certificación de Planta: Este certificado debe ser solicitado a la Dirección de Protección de Alimentos del Ministerio de Salud. Se extiende cada tres meses, el costo de la Certificación de Planta es de B/.100.00 en el área metropolitana, B/.160.00 en el Puerto de Vacamonte y B/.200.00 en el interior de la República.

C. Productos con potencial

El mercado nicaragüense se caracteriza por el consumo de productos masivos, materias primas, bienes intermedios y de capital importados. Cabe señalar que muchos de los productos importados son producidos y exportados por Costa Rica, El Salvador, Guatemala, México y Estados Unidos

Es recomendable que los empresarios panameños aprovechen desde un inicio los beneficios que traerá el establecimiento del TLC Panamá – Nicaragua, para lograr mayor y mejor ventaja comparativa y competitiva de sus productos y servicios en el mercado nicaragüense.

Así también, cada empresa que desee ingresar a dicho país se recomienda hacer un análisis propio de sus productos para evaluar la competitividad de su empresa con respecto a la de otros países.

De un sondeo “in situ” de la demanda de productos de la República de Nicaragua, en relación a la oferta exportable panameña, se aprecia potencialidades de ingreso en los siguientes productos:

1. Alimentos (lácteos, pastas, especies, salsas, embutidos)
2. Alimentos para animales (avícola, porcino, bovino)
3. Bebidas (jugos enlatados, refrescos, etc.)
4. Bebidas Alcohólicas
5. Galletas y confiterías
6. Productos del mar (camarones, pescados, crustáceos, etc.)
7. Vasos, platos y cubiertos desechables de plástico ó cartón.
8. Snacks
9. Productos farmacéuticos
10. Mobiliario, artículos de cama
11. Detergentes (jabón, desinfectantes, etc.)
12. Prendas de vestir y ropa interior
13. Artículos para limpieza (escoba, trapeador, estropajo, cepillos, etc.)
14. Envases de vidrios (botellas)
15. Carne de pollo y bovina
16. Lustradores de calzado
17. Pieles y cueros
18. Papel y cartón
19. Productos plásticos

D. Etiquetado

La Ley de Protección al consumidor de 1995, introduce los estándares de etiquetado de productos y los derechos del consumidor nicaragüense. Hay que tener en cuenta que en la etiqueta de los productos debe aparecer la siguiente información: origen del producto, contenido, precio, peso, fecha de manufactura y de caducidad. Igualmente, se debe incluir información referente al uso apropiado del producto y sus riesgos o efectos secundarios.

Cabe señalar que la información debe ser presentada totalmente en español y si es para uso exclusivo de la costa Atlántica entonces puede ir en inglés ó dialecto indígena.

E. Regulaciones de importaciones

Para importar a Nicaragua productos animales o vegetales debe llenar un formulario de solicitud de importación otorgado por la Dirección General de Protección y Sanidad Agropecuaria del Ministerio de Agricultura y Forestal, según sea el caso y cumplir con los requisitos que allí se dispongan. Una vez aprobada la importación, debe adjuntarse el certificado fitosanitario o zoonosanitario expedido en el país de origen y la factura comercial. Para los productos y subproductos de origen vegetal, previo a la gestión comercial debe solicitarse un permiso fitosanitario a la Unidad Nacional de Cuarentena Agrícola.

E.1. Productos veterinarios y alimentos para uso animal: para exportar productos veterinarios y alimentos para uso animal, es necesario llevar a cabo un registro previo de estos productos ante el departamento correspondiente en el Ministerio Agropecuario y Forestal. Se debe tener presente que los plaguicidas de

uso veterinario deben cumplir también con un conjunto de requisitos establecidos por el Departamento de Registro y Control de Productos Veterinarios. Además existe una lista de productos plaguicidas que tienen prohibida o restringida la entrada a Nicaragua.

E.2. Alimentos: cuando se trate de alimentos es necesario presentar una solicitud de registro en el Ministerio de Salud. Cada registro se realiza por producto y se solicita una licencia sanitaria por empresa. Es recomendable que antes de exportar a Nicaragua averigüe si el producto que va a vender ha sido registrado anteriormente, pues, de lo contrario debe hacerlo. Este registro se obtiene por un período de cinco años.

E.3. Productos farmacéuticos, cosméticos y del hogar: estos productos deben ser inscritos y registrados en el Ministerio de Salud. El registro tiene una vigencia de dos años.

F. Restricciones

Nicaragua tiene pocas restricciones entre ellas mencionamos las instituciones encargadas de su regulación: El Ministerio de Agricultura es la institución gubernamental encargada de regular el uso de químicos agrícolas. Las armas militares, sólo pueden ser importadas por las Fuerzas Armadas Nicaragüenses, y si las mismas son destinadas para uso civil, deben de estar acompañadas por una licencia del Ministerio de Gobierno. Debido a que Panamá mantiene un tratado Bilateral con Nicaragua muchos de los bienes tienen trato preferencial comparados con otros países. Para información más detallada referirse al anexo “Productos con Tratamiento de Libre Comercio Nicaragua-Panamá”.

Existen barreras arancelarias y no arancelarias a la entrada de productos bienes de consumo a Nicaragua y específicamente de 5% para bienes intermedios. Además, existe un tratamiento arancelario especial para aquellas materias primas y bienes de capital que no se producen en Centroamérica.

TIPO DE BIEN	VALOR
Materias primas producidas en el Istmo	5%
Materias primas no producidas en el Istmo	0%
Bienes intermedios y bienes de capital producidos en el Istmo	10%
Bienes intermedios y bienes de capital no producidas en el Istmo.	5%

Bienes finales	10%
----------------	-----

Fuente: CEPAL

G. Uso de Agentes / Distribuidores:

La reforma tributaria de mayo de 1997 eliminó la ley sobre agentes y distribuidores. Bajo dicha ley, se le asignaba a los intereses de los agentes y distribuidores locales considerable protección y la terminación de una relación comercial podría salir costosa. Actualmente los contratos se basan solamente en el consentimiento mutuo de las partes. Sin embargo los contratos en efecto, antes de la reforma de la ley tributaria de mayo de 1997, se mantienen vigentes.

H. Franquicias

Nicaragua no tiene leyes específicas que regulen las franquicias. Las franquicias que deseen ingresar al mercado nicaragüense, debe regirse por las regulaciones concernientes a la inversión extranjera y apertura de negocios establecidas en el Código Comercial. El mercado de franquicias en Nicaragua tiene un crecimiento explosivo, particularmente el mercado de comida rápida. De acuerdo al Instituto Nicaragüense de Turismo, la proyección de inversiones en restaurantes de comida rápida totalizará un total estimado de 21 millones de balboas para el periodo 1997-2003.

Actualmente existen más de 25 franquicias extranjeras. McDonald's, TGI Friday's, Pizza Hut, Domino's Pizza, Jerry's Subs and Pizza, Subway, American Donut, Napa Auto Parts, Hertz, Avis, Budget Rent a Car, Best Western, Holiday Inn, son algunas de las franquicias que actualmente operan en Nicaragua. La presencia de estos comercios se debe en gran medida al hecho de que muchos nicaragüenses han vivido en el extranjero, por lo que han experimentado y se han acostumbrado a las empresas de comida rápida y a otros servicios de franquicias.

I. Mercadeo Directo

Actualmente en Nicaragua, pocos son los comercios que utilizan el mercadeo directo. No existe ninguna ley o regulación que gobierne al sector. Obstáculos a la rentabilidad de un mercadeo directo son: un servicio postal no confiable, un tratamiento inconsistente para los bienes en las Aduanas y la ausencia de un sistema de entrega eficiente.

J. Licencias / Inversión Conjunta

Todos los tipos de organizaciones comerciales están controlados por el Código Comercial. El Código permite inversiones conjuntas, arreglo con licencias, asociaciones generales y

limitadas y corporaciones. A los inversionistas extranjeros, se les otorga en general un trato igual al que se le da a los nacionales.

K. Pasos para Establecer una Oficina

Hay varias maneras de establecer negocios en Nicaragua. Las dos maneras más comunes son: propietario único o corporaciones. Los pasos básicos para organizar un negocio son los siguientes:

- 1) Registro y creación de sociedades de negocio en el Ministerio de Hacienda y Crédito Público. Después de pagar los cargos de registro, se tiene que obtener el número que identifica al contribuyente para pagos de impuesto (nota: en Nicaragua para el registro del pacto social debe obtenerse la autorización de la junta directiva mediante carta notariada).
- 2) Registro con la oficina del Alcalde del Departamento donde el negocio este ubicado. En ésta oficina el nuevo negocio seleccionará si desea pagar una cuota fija de impuesto sobre la renta o contratar un contador que le lleve el detalle de los registros contables. Si la opción del contador es escogida, los libros deben ser registrados con la Oficina de Registros Fiscales del Ministerio de Finanzas.
- 3) Adicionalmente, otros permisos / licencias, deben obtenerse dependiendo del tipo de negocios. Se recomienda la contratación de un abogado con experiencia comercial, para cualquier empresario interesado en invertir en Nicaragua.

L. Técnicas y Prácticas de Ventas

Las técnicas de venta y mercadeo en Nicaragua han ido creciendo en tecnologías. La mayoría de la publicidad se hace por radio, periódicos, Internet y en menor grado a través de las vallas publicitarias. Ferias y eventos industriales específicos, se han hecho más frecuentes en los últimos años. Las compañías están utilizando prácticas más modernas de mercadeo, tales como la venta de puerta a puerta y promociones de ventas especiales. El adelanto en mercadotecnia que se ha evidenciado en Nicaragua, se da en respuesta al crecimiento económico, la liberalización, así como la mayor disponibilidad de financiamiento y selección de bienes.

M. Medios de Publicidad y Promoción Comercial

En Nicaragua la mayoría de la publicidad y promoción comercial se da a través de los medios impresos. Las publicaciones comúnmente usadas en este país, se señalan a continuación:

M.1. Periódicos

LA PRENSA

Km. 4 Carretera Norte, Managua (circulación: 35,000 - 40,000)
Gerente General, Ing. Hugo Holmann
Tel: (505) 249-4302, Fax: (505) 249-6928
E-Mail: info@laprensa.com.ni
Web site: www.laprensa.com.ni

EL NUEVO DIARIO

Km. 4 Carretera Norte, Managua (circulación: 30,000 - 35,000)
Apdo 4591
Sub-Director, Francisco Chamorro García
Tel: (505) 249-0499, Fax: (505) 249-0700
E-Mail: ndiario@ibw.com.ni
Web site: www.elnuevodiario.com.ni

LA NOTICIA

Del Portón del Hospital El Retiro, 1c. lago, 30vrs arriba, Managua (circulación
14,000 - 20,000)
Director, Lic. Javier Reyes Alba
Tel: (505) 268-0606, Fax: (505) 266-2025
E-Mail: info@lanoticia.com.ni
Web site: www.lanoticia.com.ni

M.2. Semanarios de Negocios

BUSINESS

Centro Finarca, Detrás de Bancentro
Editor, Cesar Romero
Tel: (505) 267-3099, Fax: (505) 267-3098
E-Mail: Amcham@munditel.com.ni
Web site: www.amchamnic.com

EL OBSERVADOR ECONÓMICO

Director, Alejandro Martínez Cuenca
Del Hospital El Retiro 2 c. al lago, Managua
Tel: (505) 266-8869, 266-8708/9, Fax: (505) 266-8711
E-Mail: Fideg@tmx.com.ni
Web site: www.observadoreconomico.com.ni

MUNDO FINANCIERO

Plaza El Carmen Del Canal 2, 1 c. al oeste

Managua, Nicaragua
Tel: (505) 266-9976,
E-mail: mf@ibw.com.ni

M.3. Otros semanarios

SEMANARIO CONFIDENCIAL

Iglesia El Carmen, 1c. al lago 1c. Abajo
Frente al Parque Nueva Reforma, Managua
Tel: (505) 268-0129
E-Mail: revista@confidencial.com.ni
Web site: www.confidencial.com.ni

BOLSA DE NOTICIAS

Colonia Centroamérica L-852
Managua, Nicaragua
Tel: (505) 278-6326; Telefax: (505) 277-4931
E-Mail: grupoese@tmx.com.ni
Web site: www.bolsadenoticias.com.ni

NICARAGUA'S BEST GUIDE

Frente a ENITEL de Altamira, Apto. #1
Managua, Nicaragua
Telefax: (505) 278-2863; (505) 278-4936
E-mail: info@guideofnicaragua.com
Web site: www.guideofnicaragua.com

REVISTA GUÍA NICARAGUA FÁCIL

Editor, César Correa
Frente al Colegio Pedagógico La Salle
Tel: (505) 228-1289; Cel: (505) 886-0734
E-mail: guiaf@ibw.com.ni
Web site: www.nicaraguafacil.com

N. Precios de Productos

No existe ningún control de precio, con excepción del control en los márgenes de ventas en los productos farmacéuticos, azúcares, gaseosas producidas localmente, cigarrillos nacionales y gas natural licuado.

O. Servicios de Ventas / Servicio al Cliente

La mayoría de los negocios locales hacen poco énfasis en los servicios de ventas y servicio al cliente. Muchos de los negocios de extranjeros que han establecido como prioridad el servicio al cliente, han sido bien recibidos.

P. Protección de la Propiedad Intelectual

P.1. Patentes: Las aplicaciones para patentes deben realizarse ante el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC). Los cargos son de US\$ 200.00 por aplicación. Una cuota por exámen es determinada entre ambas partes. Los cargos van de US\$ 50.00 durante los primeros 6 años, a US\$ 600.00 para una licencia por 20 años. En promedio, hay un mínimo de seis meses para la emisión. La protección se concede por 20 años, contados desde la fecha de aplicación.

P.2. Derechos de autor: También deben archivarse aplicaciones de los derechos de autor con el Registro de Propiedad Intelectual del MIFIC. Para este trámite, se deberá pagar una cuota de US\$ 10.00 por servicio de información, US\$ 40.00 por cuota del registro, US\$ 70.00 cuota para discos, US\$ 100.00 cuota cuando se trate de registro de software de computadora y US\$ 20.00 para el registro de contratos. El formulario de registro cuesta US\$ 2.00 cada uno, con excepción de las aplicaciones audiovisuales, para las cuales tendrá un valor de US\$ 70.00, y para fotografías por la suma de US\$ 20.00. La emisión del registro correspondiente por lo general toma aproximadamente un mes. La protección concedida es para la vida del autor y a hasta 70 años de la vida de herederos de este.

P.3. Marcas de fábrica: Las aplicaciones para marcas de fábricas deben realizarse ante el Registro de Propiedad Intelectual del MIFIC. Hay un cargo de US\$ 50.00, para publicar la marca de fábrica en la gaceta gubernamental y en promedio, hay un mínimo de 6 a 9 meses para la emisión. El solicitante debe presentar con la aplicación una muestra de la marca de fábrica para la cual se esta pidiendo protección.

La protección a la propiedad intelectual en Nicaragua no cumple normas internacionales, aunque se ha dado progreso considerable durante los últimos años en esta materia. El gobierno todavía debe desarrollar un régimen para su cumplimiento efectivo.

Q. Uso de un Abogado Local

Se recomiendan abogados locales, para todas las actividades comerciales. Hay numerosas firmas de abogados en Managua, con experiencia en negocio internacional y cuentan con personal bilingüe.

R. Ventas / Compras del Gobierno

La nueva ley de Nicaragua de Compras Estatales, entró en vigencia en enero del 2000. Esta ley regula todas las compras gubernamentales, permitiendo ciertas excepciones en materia de seguridad nacional. Las compras financiadas, aún parcialmente por préstamos o concesiones de gobiernos extranjeros o las organizaciones internacionales, se dirigen según los procedimientos de la organización que financia dicha contratación.

Para participar en cualquier compra gubernamental, se debe poseer un registro de proveedor del gobierno, expedido por el Ministerio de Finanzas. Dentro del primer mes de cada periodo fiscal cada agencia o ministerio sujeto a la presente ley, deben publicar un calendario de licitaciones para ese periodo fiscal, detallando toda la información sobre el tipo de servicios que requiere, material o equipo que desean comprar.

Bajo la nueva ley existen los siguientes tipos de compras:

R.1. Licitación pública: Para contratos que excedan 2.5 millones de Córdobas (cuyo equivalente es aproximadamente de US\$ 185,000.00), se deberán seguir los procedimientos del orden abierto. Estas ofertas deben publicarse en "La Gaceta" o por lo menos en dos o tres periódicos de circulación nacional. Las ofertas también pueden publicarse en medios de comunicación internacional.

R.2. Compras para el Estado (por invitación): Para los contratos entre US\$ 50 mil a US\$ 185 mil dólares, la agencia contratista invita a todas las compañías previamente registradas a participar en el proceso de licitación.

R.3. Compras del estado por invitación restringida: Para la compra entre US\$10 mil y US\$60 mil dólares, este proceso es similar a la categoría anterior, sin embargo, el número de invitados a la licitación se limita a cinco.

R.4. Compras por cotización proforma: Este tipo de compras no puede exceder de \$10 mil dólares (para ser ajustado periódicamente por desvalorización). La agencia contratista debe pedir por lo menos tres ofertas a personas o empresas registradas. Todas las ofertas deben recibirse en un sobre sellado, para lo cual gozarán de un periodo de cinco días, contados desde la fecha de publicación.

Todas las ofertas de compras deben ser acompañadas por bonos de garantías, equivalentes del 1 al 3% por ciento del valor de la licitación.

INTERCAMBIO COMERCIAL

El Producto Interno Bruto nicaragüense es de US\$ 11,600 millones. Los principales productos de exportación nicaragüense son el café, camarones y langostas, algodón, tabaco, carne de res, bananas y oro. Teniendo como principales socios comerciales a EEUU 37.7%, El Salvador 12.5%, Alemania 9.8%, Costa Rica 5.1%, España 2.5%, Francia 2.1% (1999).

Los principales productos de importación son equipo y maquinaria, derivados del petróleo, productos de consumo, bienes de capital; cuyos principales socios en esta materia son EEUU 34.5%, Costa Rica 11.4%, Guatemala 7.3%, Panamá 6.9%, Venezuela 5.9%, El Salvador 5.5% (1999).

MINISTERIO DE COMERCIO E INDUSTRIAS

VICEMINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR

BALANZA COMERCIAL ENTRE PANAMÁ Y NICARAGUA

AÑO	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	BALANZA
(EN DÓLARES)			
1987	1,932,695	466,882	1,465,813
1988	4,449,096	4,135,531	313,565
1989	1,881,694	3,871,589	-1,989,895
1990	1,506,970	664,191	842,779
1991	2,989,310	730,039	2,259,271
1992	3,118,880	470,334	2,648,546
1993	3,085,543	360,115	2,725,428
1994	4,590,160	1,724,560	2,865,600
1995	4,508,557	1,732,981	2,775,576
1996	4,339,139	2,843,889	1,495,250
1997	8,152,993	2,539,168	5,613,825
1998	13,021,276	1,667,893	11,353,383
1999	19,629,975	3,339,152	16,290,823
2000	18,020,111	6,085,325	11,934,786
2001	41,098,079	7,224,765	33,873,314

TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO INTER-ANUAL

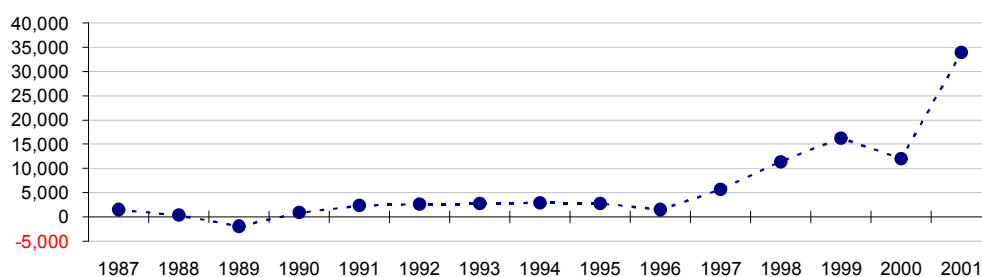
1987-2000	18.69%	10.42%	12.51%
1987-2001	21.35%	12.65%	14.77%

EFEECTO DEL AÑO 2001 SOBRE LA TENDENCIA

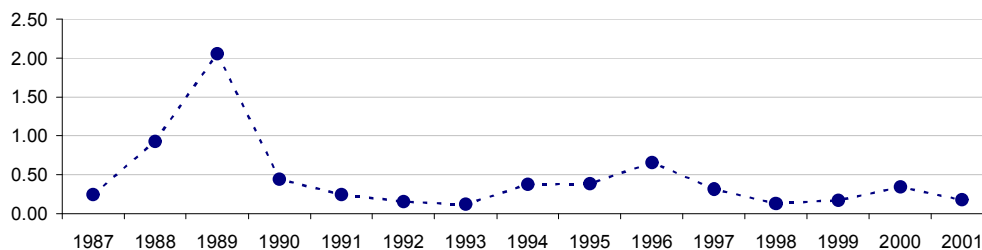
14.28%	21.34%	18.10%
--------	--------	--------

EVOLUCIÓN DE LA BALANZA COMERCIAL

(EN MILES DE \$ U.S. DÓLARES)



EVOLUCIÓN DE LA RELACIÓN DÓLARES DE IMPORTACIÓN POR CADA DÓLAR DE EXPORTACIÓN



IMPORTACION DE LOS 10 PRINCIPALES PRODUCTOS, 1998-2000

NICARAGUA: IMPORTACION DE LOS 10 PRINCIPALES PRODUCTOS, 1998-2000				
ordenados descendientemente por valor				
CODIGO	DESCRIPCIÓN	Miles \$CA.	T.M.	% respecto al Total Imp.
SAC	1998			
27090000	Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	121 123	671 152	7.9
30049090	Otros: Medicamentos (excepto los productos de las partidas Nos....)	49 591	2 286	3.2
87042100	Los demás vehículos de Transporte Mercancías de peso total con carga máxima...	43 176	5 791	2.8
27100030	Aceites pesados	35 232	165 487	2.3
87033300	Los demás vehículos diesel o semi-diesel de cilindrada super. a 2,500 cm3	28 151	2 688	1.8
10011000	Trigo duro	21 161	104 086	1.4
87032300	Los demás vehículos De cilindrada superior a 1,500 cm3 pero inferior o ...	17 466	2 415	1.1
21069030	Preparaciones compuestas para la industria de bebidas, excepto las de ...	17 392	983	1.1
85016400	De potencia superior a 750 kVA Generadores de corriente alterna...	17 303	1 072	1.1
87032200	Los demás vehículos De cilindrada superior a 1,000 cm3 pero inferior o...	15 948	2 442	1.0
	Total 10 principales productos	366 543	958 401	23.9
	Resto de productos	1 167 551	1 123 560	76.1

	TOTAL IMPORTACION NICARAGUA 1998	1 534 093	2 081 961	100.0
SAC	1999			
27090000	Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	84 751	745 517	4.9
30049090	Otros. los demás: medicamentos (excepto los productos de las partidas	74 930	2 803	4.3
85030000	Partes identificables como destinadas, exclusiva o ... (Motores)	57 222	5 380	3.3
87042100	De peso total c/carga máxima <= a 5 t Vehículos, los demás, compres):	37 078	5 247	2.2
27100030	Aceites pesados	27 129	119 682	1.6
10011000	Trigo duro	22 866	102 492	1.3
87033300	De cilindrada superior a 2,500 cm ³ (Los demás. Vehículos, p/compres)	21 268	1 936	1.2
87032300	De cilindrada sup.a 1,500 pero >= a 3,000 (Vehículos, encend. p/chispa	19 671	3 056	1.1
10061090	Otros. arroz con cáscara (arroz "paddy"): arroz	18 244	58 493	1.1
15119090	Otros. los demás: aceite de palma y sus fracciones, incluso refinado	16 387	19 499	1.0
	Total 10 principales productos	379 547	1 064 106	22.0
	Resto de productos	1 343 521	1 259 075	78.0
	TOTAL IMPORTACION NICARAGUA 1999	1 723 068	2 323 181	100.0
SAC	2000			
27090000	Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	202 049	980 003	11.7
27100030	Aceites pesados	63 430	262 134	3.7
30049090	Otros. los demás: medicamentos (excepto los	61 782	2 287	3.6

	productos de las partidas...)			
87042100	Los demás vehículos Trans. Mercancía De peso total c/carga máxima <o	33 186	4 750	1.9
87032300	Los demás vehículos De cilindrada superior a 1,500 cm3 pero <o igual	22 141	4 199	1.3
87032200	Los demás vehículos. De cilindrada sup.a 1000 pero inf. o=a 1500 cm3	18 811	5 075	1.1
27100010	Aceites ligeros	16 782	47 017	1.0
87033300	De cilindrada superior a 2,500 cm3 (Los demás. Vehículos, p/compres)	16 416	1 476	1.0
72104110	De espesor sup. o=a 0.16 mm pero inf. o=a 2 mm. Ondulados (Prod.laminados)	14 472	22 326	0.8
21069030	Preparaciones compuestas para industria bebidas, excepto las de ...	14 238	906	0.8
	Total 10 principales productos	463 306	1 330 173	26.9
	Resto de Productos	1 257 323	1 416 142	73.1
	TOTAL IMPORTACIÓN NICARAGUA 2000	1 720 629	2 746 315	100.0
Fuente: SIECA, Dirección General de Informática				

EXPORTACION DE LOS 10 PRINCIPALES PRODUCTOS, 1998-2000

NICARAGUA: EXPORTACION DE LOS 10 PRINCIPALES PRODUCTOS, 1998-2000				
-ordenados descendientemente por valor-				
CODIGO	DESCRIPCION	Miles \$CA.	T.M.	% respect o al Total Exp.
SAC	1998			
09011130	Café oro	163 234	62 871	29.5
17011100	Azúcar de caña	39 618	145 866	7.2
71081200	Las demás formas en bruto: Oro para uso no monetario	32 162	99	5.8
03061311	Camarones: Cultivados	23 079	6 328	4.2
08030011	Bananas frescas	21 158	106 954	3.8
12022090	Otros: Cacahuates sin cáscara, incluso quebrantados	18 565	25 198	3.4
02023000	Deshuesada. Carne de animales de la especie bovina, congelada	17 815	9 542	3.2
02013000	Deshuesada. Carne de animales de especie bovina, fresca o refrigerada	17 586	8 273	3.2
24021000	Cigarros (puros) (incluso despuntados) y cigarritos (puritos), que ...	14 753	2 740	2.7
03061319	Los demás : Camarones	14 298	5 322	2.6
	Total 10 principales productos	362 268	373 194	65.5
	Resto de productos	190 556	274 410	34.5
	TOTAL EXPORTACION NICARAGUA 1998	552 824	647 603	100.0

SAC	1999			
09011130	Café oro	134 193	57 576	26.4
71081200	Las demás formas en bruto (Oro, para uso no monetario)	30 162	468	5.9
03061319	Los demás camarones: camarones, langostinos y demás decápodos	23 947	3 279	4.7
02013000	Deshuesada (Carne de animales especie bovina, fresca o ...)	20 997	8 037	4.1
03061311	Cultivados (Crustáceos)	20 505	3 094	4.0
17019900	Los demás. azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente	20 262	88 748	4.0
12022090	Otros. sin cáscara, incluso quebrantados: cacahuates	18 610	42 792	3.7
03061113	Colas (Camarones, langostinos...)	16 211	791	3.2
01029000	Los demás. animales vivos de la especie bovina	15 635	19 053	3.1
02023000	Deshuesada (Carne de animales especie bovina, congelada)	14 109	8 116	2.8
	Total 10 principales productos	314 633	231 954	61.8
	Resto de Productos	194 515	377 016	38.2
	TOTAL EXPORTACION NICARAGUA 1999	509 148	608 970	100.0
SAC	2000			
09011130	Café oro	170 556	82 282	27.1
03061113	Colas, sin pelar (Langostas)	61 973	2 464	9.8
03061311	Cultivados (Camarones)	29 787	3 440	4.7
12022090	Otros. sin cáscara, incluso quebrantados: cacahuates ...	28 541	44 706	4.5
17019900	Los demás. azúcar de caña o de remolacha y	26 438	138 160	4.2

	sacarosa químicamente			
03061319	Los demás camarones: camarones, langostinos y demás...	25 360	3 370	4.0
02013000	Deshuesada (Carne animales, especie bovina, fresca o refrigerada)	25 343	8 114	4.0
01029000	Los demás. animales vivos de la especie bovina	24 168	25 201	3.8
71081200	Las demás formas en bruto, para uso no monetario (Oro en bruto)	22 742	4	3.6
02023000	Deshuesada (Carne animales, especie bovina, congelada)	20 961	11 318	3.3
	Total 10 principales productos	435 868	319 060	69.3
	Resto de productos	193 483	371 833	30.7
	TOTAL EXPORTACION NICARAGUA 2000	629 351	690 893	100.0
FUENTE: SIECA, Dirección General de Informática.				

OPORTUNIDADES QUE OFRECE NICARAGUA

A. Turismo de naturaleza (ecológico y cultural).

B. Zona franca, industria textil y de confección.

El régimen de zona franca ofrece exención de impuesto, repatriación de capital y utilidades en un 100%.

C. Agroindustria y agricultura tropical.

Se busca fomentar el valor agregado al procesamiento de productos básicos y no tradicionales (lácteos, productos de madera, cuero, calzado).

D. Infraestructura.

Dentro de los sectores que la economía nicaragüense presente auge y desarrollo son: energía, comunicaciones, transporte y servicios.

E. Reconversión Industrial.

El gobierno nicaragüense busca fomentar la reconversión industrial en sectores como: metal mecánica, minería, cartón laminado, cemento, mataderos, entre otros. Como por ejemplo, en el sector minero Nicaragua posee reservas de 3.8 millones de onzas de oro y 4.99 millones de onzas de plata.

F. Servicios de salud y de educación superior.

G. Construcción.

H. Comercio.

La desgravación arancelaria, nuevas oportunidades de TLC, Unión Aduanera Centroamericana, la activa participación en las negociaciones del ALCA, Sistema General de Preferencia (SGP), Canadá, Unión Europea, Japón.

-VII-

LEYES DE INTERES PARA LA INVERSIÓN

1. **Ley de Promoción de Inversiones Extranjeras**, Ley N° 344 (24 de mayo de 2000). La Gaceta, Diario Oficial N° 97, Reglamento: Decreto N° 43-2000, La Gaceta Diario Oficial N° 189 (6 de octubre de 2000).
2. **Ley N° 185, Código del Trabajo**. Publicado en la Gaceta, Diario Oficial N° 205 (30 de octubre de 1996).
3. **Ley de Incentivos para la Industria Turística de la República de Nicaragua**, Ley N° 306. La Gaceta, Diario Oficial N° 117, (21 de junio de 1999).
4. **Ley de Reformas a la Ley N° 210 de Incorporación de Particulares en la Operación de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones**.
5. **Ley General del Medio Ambiente y Recursos Naturales**, Ley N° 217. La Gaceta, Diario Oficial (17 de abril de 1996).
6. **Ley General sobre Explotación de las Riquezas Naturales**, Decreto N° 316. La Gaceta, Diario Oficial N° 83 (17 de abril de 1958).
7. **Ley Especial sobre Explotación de la Pesca**, Decreto N° 557, La Gaceta, Diario Oficial N° 32 (7 de febrero de 1961)
8. **Ley Especial sobre la Exploración y Explotación de Minas y Canteras**, Decreto N° 1067. La Gaceta, Diario Oficial N° 69 al 72 y 74 (24, 27 y 30 de marzo de 1965).
9. **Ley Especial de Exploración y Explotación de Hidrocarburos**, Ley N° 286, La Gaceta, Diario Oficial N° 109, (12 de junio de 1998).
10. **Ley de Zonas Francas Industriales de Exportación**, Decreto N° 46-91. La Gaceta, Diario Oficial N° 221 (22 de noviembre de 1991).
11. **Ley de Justicia Tributaria y Comercial**, Ley N° 257 Decreto N° 37-39 y 72-99 (6 de junio de 1997).
12. **Ley N° 324, Ley de Patentes de Invención, Modelo de Utilidad y Diseños Industriales**. La Gaceta, Diario Oficial N° 179 y 180 (22 y 25 de septiembre de 2000)

INFORMACION PRÁCTICA

A. Membresía a Organizaciones Internacionales

Nicaragua es miembro de las siguientes Organizaciones:

AEC-Asociación de Estados del Caribe
MCCA-Mercado Común Centroamericano
ONU-Organización de las Naciones Unidas
UNESCO-Organización para la Educación, la Ciencia y la Cultura de las Naciones Unidas
SIECA-Secretaría de Integración Económica Centroamericana
CEPAL-Comisión Económica para América Latina
OEA-Organización de Estados Americanos
INTERPOL-Organización Internacional de Policía Criminal
FAO-Organización para las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación
SELA-Sistema Económico Latinoamericano
OMC-Organización Mundial del Comercio

B. Acuerdos Comerciales

Nicaragua tiene una política muy dinámica en materia de Tratados de Libre Comercio y negociaciones comerciales internacionales, con el propósito de consolidar y ampliar la base de los mercados y ofrecer mayores oportunidades a la inversión nacional y extranjera.

Nicaragua es miembro del Mercado Común Centroamericano, en el cual la mayoría de los bienes producidos en Centroamérica ingresan libres de aranceles a las cinco naciones. Nicaragua suscribió un tratado de libre comercio con México y recientemente, en conjunto con Centroamérica, Nicaragua firmó acuerdos de libre comercio con República Dominicana y con Chile.

Nicaragua está comprendida en el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), establecido en el marco de las Naciones Unidas, y la mayor parte de sus exportaciones hacia los países de la Unión Europea (UE) gozan de preferencias comerciales, sobre la base de este Sistema y al Acuerdo de Cooperación entre la Unión Europea y los países centroamericanos. También es beneficiario de la Iniciativa para la Cuenca del Caribe (CBI) que le permite el ingreso de sus productos a los Estados Unidos con mayor facilidad. Además, actualmente participa en las negociaciones para conformar el Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA), que se iniciará, según los compromisos, en el año 2005.

TRATADO	Fecha de firma	Entrada en vigor
Tratado General de Integración Centroamericana	13-12-60	13-09-63
Tratado de Intercambio Comercial Preferencial Panamá-Nicaragua	26-07-73	n.d
Acuerdo de Alcance Parcial Nicaragua - Colombia	02-02-84	n.d
Tratado de Libre Comercio Nicaragua - México	08-92	01-07-98
Tratado de Libre Comercio Nicaragua - Chile*	18-10-99	
Tratado de Libre Comercio Nicaragua - República Dominicana	16-04-98	
Acuerdo de Libre Comercio e intercambio preferencial AEC (Asociación de Estados del Caribe)		
MCCA - Mercado Común Centroamericano Tratados Bilaterales de Inversión con Argentina, Chile.		

C. Días festivos

<u>Fecha</u>	<u>Celebración</u>
1 de enero	Año Nuevo
Marzo - Abril	Jueves, Viernes y Sábado Santo
1 de mayo	Día del Trabajo
19 de Julio	Día de la Revolución Sandinista
1 de agosto	Santo Domingo (Solo Managua)
14 de septiembre	Batalla de San Jacinto
15 de septiembre	Día de la Independencia
8 de diciembre	Inmaculada Concepción
25 de diciembre	Navidad

D. Inmigración y visas

Los ciudadanos con nacionalidad panameña no requieren de visas ni permisos de entrada al territorio nicaragüense. Una vez se realice la entrada a este país, el ciudadano panameño gozará de un periodo de gracia de noventa (90) días, dentro del cual podrá realizar negocios, siempre y cuando los mismos no sean prohibidos por Ley. Se emiten visas de turismo con un valor de US\$ 5.00 y el impuesto de salida nicaragüense es de US\$ 20.00.

DIRECCIONES DE INTERES PARA EL EXPORTADOR

OFICINAS DIPLOMATICAS

EMBAJADA DE NICARAGUA EN PANAMA

Quarry Heights Amador, 16

Tel: (507) 211-1700/ 2113

Fax: (507) 211-2080

CONSULADO DE NICARAGUA EN PANAMA

Ave. Manuel Espinosa Batista

Tel: (507) 264-6431

EMBAJADA DE PANAMA EN NICARAGUA

Del Cuartel General de Bomberos 1 cuadra abajo, Casa Esquinera No. 93

Managua, Nicaragua

Apartado 1

Tel: (505) 266-2224/8633

Fax: (505) 266-6778

PRESIDENCIA DE NICARAGUA

Ave. Bolivar, Contiguo a la Asamblea Nacional de Nicaragua.

Apartado Postal : 2106 Managua, Nicaragua.

Tel: (505) 228 2803, 228 3674, 228 2684

Fax: (505) 2282001 ó 228 4351

<http://www.presidencia.gob.ni>

ENTIDADES PRIVADAS NICARAGUENSES

BANCO CENTRAL DE NICARAGUA (BCN)

Pista "Juan Pablo II", de la Contraloría General de la República, 200 m. al Oeste.

Tel: (505) 278 2065

Fax: (505) 277 3320

<http://www.bcn.gob.ni>

ASOCIACION DE PRODUCTORES Y EXPORTADORES NO TRADICIONALES (APENN)

Del Hotel Intercontinental Managua, 2 c. al Sur, 2 c. al Oeste

Tel: (505) 222 7063

Fax: (505) 222 3479

<http://www.apenn.org.ni>

CAMARA DE COMERCIO AMERICANA DE NICARAGUA (AMCHAM)

Apartado Postal : 2720 Managua, Nicaragua.

Tel: (505) 267 3099 ó 267 3633

Fax: (505) 267 3098

<http://www.sgc.com.ni/amcham>

CAMARA DE COMERCIO DE NICARAGUA (CACONIC)

Tel: (505) 2 268-3514/3518

Fax: (505) 2 268-3600

Correo Electrónico: comercio@ibw.com.ni

www.sgc.com.ni/camaradecomercio

CAMARA DE INDUSTRIA DE NICARAGUA

Tel: (505) 2 266-8847/8851

Fax: (505) 2 266-1891

Correo Electrónico: cadin@nicarao.org.ni

ASOCIACION NICARAGÜENSE DE INDUSTRIALES EXPORTADORES

Tel: (505) 2 249-0710

Fax: (505) 2 249-0810

CENTRO DE EXPORTACIONES E INVERSIONES

Hotel Intercontinental 1c abajo, 1 1/2 c al sur

Apartado Postal: 5932

Tel: (505) 2 268-3860

Fax: (505) 2 266-4476

Correo Electrónico: cei@tmx.com.ni

<http://www.cei.org.ni>

CENTRO DE TRAMITES DE LAS EXPORTACIONES (CETREX)

De Plaza "El Sol" 1 1/2 c. al Sur.

Tel: (505) 278 2065 ó 277 2336 ó 266 5453

Fax: (505) 277 3320

Correo Electrónico: www.cetrex.com.ni

CORPORACION DE ZONAS FRANCAS

Tel: (505) 2 263-1530

Fax: (505) 2 263-1700

Correo Electrónico: czf@czf.com.ni

OFICINAS ESTATALES NICARAGUENSES

INSTITUTO NICARAGUENSE DE TURISMO (INTUR)

www.intur.gob.ni

INSTITUTO NICARAGÜENSE DE DESARROLLO

Tel: (505) 2 268-1901

Fax: (505) 2 268-1900

Correo Electrónico: inde@ibwi.com.ni

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y FORESTAL

Tel: (505) 2 276-0200/0205

Fax: (505) 2 276-0230

<http://www.magfor.gob.ni>

MINISTERIO DE FOMENTO INDUSTRIAL Y COMERCIO

Tel: (505) 267-4551/5325

Fax: (505) 267-0003

<http://www.mific.gob.ni>

MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PÚBLICO

<http://www.hacienda.gob.ni>

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES

<http://www.cancilleria.gob.ni>

MINISTERIO DE TRANSPORTES E INFRAESTRUCTURA

<http://www.mti.gob.ni>

MINISTERIO DE TRABAJO (MITRAB)

Tel.: (505) 222-2115 / 228-2028

Fax: (505) 222-3677

EMPRESA PORTUARIA NACIONAL (EPN)

Tel.: (505) 266-3274 / 266-2468

<http://www.epn.com.ni>

-X-

BIBLIOGRAFIA

Guía General para el Inversionista, Nicaragua 2002. Ministerio de Fomento, Industria y Comercio, Managua, Nicaragua 2002.

Contraloría General de la República de Panamá, cifras estadísticas (año _____).

<http://www.usatrade.gov>

<http://www.tradeinfor.doc.gov>

<http://www.lonelyplanet.com>

<http://www.bcn.gob.ni>

<http://ns.sieca.org.gt>

ANEXO

Información disponible en VICOMEX

Página web del VICOMEX www.vicomex.gob.pa

Contiene información variada de diversos tipos que incluye información sobre VICOMEX, contactos dentro de la institución, generalidades sobre Panamá, información general para exportar, estadísticas de comercio exterior, trámites de exportación, guías para exportar, directorio de exportadores, información sobre ferias, entre otras.

Material disponible:

- ❖ Arancel de Aduana
- ❖ Páginas Amarillas
- ❖ Requisitos para Registro de Medicamentos
- ❖ Procedimientos para solicitud de Registro de Medicamentos
- ❖ Directorio de Importadores de la Cámara de Comercio de Nicaragua
- ❖ Normas de etiquetados de alimentos preenvasados para consumo humano
- ❖ Normas Bovinas, Avícolas, Ovinas, Acuícola
- ❖ Principales productos importados 2000
- ❖ Normas establecidas para el control de tránsito y de mercancías.
- ❖ Guía para invertir en Nicaragua.

- ❖ Tratado de Intercambio Comercial Preferencial Panamá-Nicaragua, que data de 1973, y que está vigente hasta concretar el TLC con Nicaragua, el cual no solo incluye los bienes y servicios, sino el trato preferencial para las inversiones.