



El comercio **de bienes y servicios** **en Centroamérica:** **Una nueva mirada**





El comercio de bienes y en C



REDES DE UNIÓN

CEPAL



SIECA

SISTEMA DE INFORMACIÓN
ECONÓMICA LATINOAMERICANA



CENPROMYPE

Centro Latinoamericano de Promoción y Fomento Comercial



ocio
servicios
entroamérica:
Una nueva mirada



El documento *El comercio de bienes y servicios en Centroamérica: una nueva mirada* es resultado de un trabajo de la CEPAL, con la participación de un grupo consultivo constituido por SG-SICA, SIECA, CENPROMYPE y el Fondo España-SICA. El documento fue elaborado por la Unidad de Comercio Internacional e Industrial de la Sede Subregional de la CEPAL en México. La coordinación técnica estuvo a cargo de Jorge Mario Martínez Piva, Oficial a Cargo de la Unidad de Comercio Internacional e Industria, y la elaboración de los distintos capítulos fue responsabilidad de Martha Cordero y Guillermo Zúñiga. Se agradecen las contribuciones de Mario Villalobos (SG-SICA), Olga del Pino y Pedro Caldentey (Fondo España-SICA), Ernesto Torres Chico (SIECA), Ingrid Figueroa y Ricardo Matarrita (CENPROMYPE), y Bruno Antunes (CEPAL).

Este documento se realizó con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) por conducto del Fondo España SICA.

Los límites nacionales e internacionales así como los nombres que figuran en estos mapas no implican su apoyo o aceptación oficial por las Naciones Unidas.

LC/MEX/L.1081

Copyright © Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) / la Secretaría General del Sistema de la Integración Centroamericana (SG-SICA) / la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA) / Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

Los Estados Miembros y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir esta obra sin autorización previa siempre que mencionen esta fuente.

Diseño e impresión: Maule Ediciones

Resumen

En el documento *El comercio de bienes y servicios en Centroamérica: una nueva mirada* se expone un panorama sobre los principales aspectos económicos y sociales de los países centroamericanos y la República Dominicana, y se comparan algunos elementos clave de su desarrollo. Con este propósito, se analizan los nuevos pasos dados en el proceso de integración centroamericana, la evolución y los avances logrados en el comercio internacional de bienes así como la creciente importancia del comercio de servicios en esta subregión. Por último, se identifican algunos ámbitos de políticas y líneas de acción orientadas a fortalecer el sistema de integración centroamericana, de modo que mediante este conocimiento se brinde a los actores involucrados en dicho proceso -sobre todo a las pequeñas y medianas empresas (PYME)- la posibilidad de aprovechar espacios de acción en el mercado de los países mencionados.

Índice

Prólogo vi

Introducción vii

Capítulo I

POBLACIÓN, AVANCES ECONÓMICOS Y SOCIALES	1
Una población cambiante y en crecimiento	2
La producción nacional	6
Competitividad internacional	15

Capítulo II

COMERCIO INTRARREGIONAL	17
El proceso de integración centroamericana	18
Productos comercializados en el interior del mercado centroamericano (análisis por valor agregado y/o nivel de tecnología, ponderación en el comercio y competitividad)	22

Capítulo III

COMERCIO INTERNACIONAL DE BIENES	35
Apertura externa	36
Comercio de bienes: flujos y principales socios	40
Principales productos de exportación e importación	46
Competitividad mundial exportadora	50

Capítulo IV

COMERCIO DE SERVICIOS	63
Tendencia mundial	64
Las exportaciones de servicios en Centroamérica y la República Dominicana	65
Los servicios y su cadena de valor	68
Conclusiones	73
Bibliografía	77
Anexo	81

Prólogo

El proceso de integración centroamericana se distingue por ser de los más activos en América Latina; su relevancia y dinamismo singular de los últimos años se refleja en la actual agenda económica de la integración centroamericana, que responde a un enfoque amplio en el que también se contemplan de manera transversal dimensiones sociales, políticas, culturales, por mencionar algunas. Si bien el principal motor que impulsa esta actividad sigue siendo el comercio de bienes y servicios, se han ido incorporando enfoques sectoriales como los que atañen al turismo y a la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME).

Además, en la última década se han suscrito el Acuerdo de Libre Comercio entre Centroamérica y la República Dominicana con los Estados Unidos (el DR-CAFTA, por sus siglas en inglés), el Acuerdo de Asociación entre América Central y la Unión Europea (UE), así como acuerdos con México y otros países. En consecuencia, se ha logrado tender una interesante red de convenios comerciales que cubre las relaciones con sus socios más relevantes.

El significativo volumen de comercio involucrado en estos grandes acuerdos, que comprenden además aspectos diferentes al tema de acceso, no ha relegado el comercio intrarregional que, pese a los altibajos propios de la historia reciente de la región, ha venido mostrando un comportamiento muy dinámico, con tasas de crecimiento promedio anual superiores en los últimos años a las de las exportaciones extrarregionales.

En este informe se avanzan algunos indicadores y criterios de interés en torno a la forma en que la región aprovecha las potencialidades que ofrecen las negociaciones comerciales realizadas y la evolución reciente de los flujos comerciales, pese a que está pendiente un estudio detallado de los impactos potenciales y reales de los acuerdos extrarregionales en las economías centroamericanas y sus intercambios internos..

Los indicadores analizados en este estudio ponen de manifiesto el dinamismo del comercio intrarregional y su traducción en beneficios para la región. En primer lugar, cabe destacar el elevado número de empresas centroamericanas relacionadas mediante encadenamientos productivos directos o indirectos. Asimismo, un considerable porcentaje de las pequeñas y medianas empresas centroamericanas ya participan en los flujos intrarregionales de comercio. Otro aspecto notable es la diversificación de los intercambios intrarregionales, que se extienden con rapidez a los sectores de servicios. Finalmente, el comportamiento del comercio intrarregional es pujante en función de su valor agregado, su grado de intensidad, su tecnología, o sus ponderaciones en el comercio y la competitividad global de la subregión.

Los avances en materia de intercambios comerciales intrarregionales y sus beneficios, así como el imperativo de cumplir con los compromisos involucrados en los acuerdos comerciales con terceros, son por sí mismos el mejor indicador de la relevancia de las negociaciones de la subregión con miras a construir una unión aduanera, instrumento indispensable para lograr las condiciones que posibiliten el libre flujo de los bienes y servicios producidos en la subregión. Tal es el sentido de las decisiones de fondo adoptadas por el Consejo de Ministros de la Integración Económica, en particular en relación con el Convenio Marco para el Establecimiento de la Unión Aduanera Centroamericana, suscrito el 12 de diciembre de 2007 y ratificado luego por los cinco países miembros, a fin de establecer un marco jurídico para su puesta en práctica en forma gradual y progresiva.

La importancia de la integración económica regional se ha visto refrendada por su incorporación como una de las cinco prioridades en la Declaración de los Jefes de Estado y de Gobierno de los países Miembros del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), (“La Unión Centroamericana: El Camino de la Integración”), suscrita en Tegucigalpa el 4 de octubre de 2008.

En esta Declaración se considera, además, el crecimiento del comercio intrarregional como eje estratégico para el desarrollo de la economía centroamericana, y se enfatiza el papel de primer orden que juegan en ella la pequeña y la mediana empresa. En cambio, una limitante para aportar criterios que faciliten la toma de decisiones que promuevan la participación de las PYME es la notable carencia y dispersión de datos estadísticos fiables con referencias específicas sobre su participación en la actual estructura del mercado regional.

El estudio, elaborado por la Sede Subregional de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en México, se enmarca en el interés de los gobiernos centroamericanos por promover acciones que profundicen el impacto de los acuerdos centroamericanos de integración económica en el comercio intrarregional de bienes y servicios, y que amplíen las oportunidades de participación de las PYME en sus beneficios. Busca también proyectar algunas recomendaciones de política pública junto al aporte de otras acciones y estudios liderados por la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA), con el apoyo del Centro de Promoción de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CENPROMYPE), la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) y el resto de instituciones del subsistema de la integración centroamericana. La CEPAL refuerza con este aporte su compromiso de contribuir al desarrollo de la integración centroamericana.

Las instituciones promotoras de esta publicación agradecen, por último, a la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) el estímulo y el apoyo otorgados para su realización. La SIECA, la SG-SICA, el CENPROMYPE y la CEPAL lo llevaron a cabo en el marco del Programa de Apoyo al Acceso de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) al Mercado Regional, auspiciado por el Fondo España-SICA, instrumento principal de la cooperación regional de España en Centroamérica.

Introducción

El presente documento es producto del esfuerzo realizado por la CEPAL, con el apoyo de la Secretaría General del Sistema de Integración Centroamericana (SG-SICA), la SIECA, el CENPROMYPE y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. El objetivo de caracterizar el comercio de bienes y servicios en Centroamérica sirvió para aportar la información más relevante sobre los integrantes del Subsistema de Integración Económica -Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua-, además de incluir a Panamá -Estado Miembro del SICA y próximo Estado Miembro del Mercado Común Centroamericano (MCCA)- y la República Dominicana, Estado Asociado del SICA.

En el primero de los cuatro capítulos se analizan las características sociales y económicas más destacadas de la subregión. En un primer título, sobre aspectos sociales, se abarcan temas como la población, la pobreza, el ingreso, la educación y el empleo. En el segundo apartado, sobre aspectos económicos, se aborda la producción nacional por sectores económicos, la importancia de las pequeñas y medianas empresas (PYME) para las economías nacionales y el sector externo. Vinculado a este último punto, en un tercer párrafo se hace una breve descripción de la situación de los países de la subregión en términos de competitividad internacional, tomando en cuenta los factores internos que la promueven o la frenan.

En el segundo capítulo se reseña el proceso de la integración económica de los países centroamericanos, enfatizando sus avances tanto en materia comercial, como en la conformación de su Unión Aduanera. En el primer inciso se describen los elementos jurídicos que sustentan la integración y también se analiza la evolución comercial y las tendencias en los cinco países que conforman el MCCA. En el segundo título se detallan los productos comercializados en el interior del mercado centroamericano, tomando en cuenta el valor agregado y/o nivel de tecnología incorporada en dichos productos. Finalmente, haciendo uso de los programas de competitividad exportadora, se identifican algunos sectores y productos que podrían constituirse en oportunidades para los países miembros del MCCA, especialmente para sus empresas.

El tercer capítulo se dedica al estudio del comercio internacional de bienes de los países de la subregión. En un primer acápite se revisan los principales sucesos ocurridos a partir de su mayor apertura externa. En un segundo título se examina la evolución de su comercio de bienes en los últimos once años, detectando y exponiendo las tendencias y los cambios de sus principales socios comerciales. En este apartado se practica un acercamiento a los datos existentes sobre la importancia del comercio externo para las PYME, tanto el intrarregional, como el extrarregional. En un tercer título se describen sus principales productos de exportación e importación con el objetivo de buscar complementariedades y similitudes con el proceso de integración económica del MCCA. Finalmente, se presenta un análisis de su competitividad exportadora mundial, con hincapié en dos de sus principales mercados de exportación: el Mercado Europeo y los Estados Unidos de América.*

En el capítulo cuarto se toma en cuenta la importancia creciente del comercio de servicios a escala mundial, por lo que se expone su evolución, características y tendencias, así como la participación y el avance de este tipo de comercio en los países de la subregión. Al igual que en el tema de comercio de bienes, en el apartado se explora brevemente la participación de las PYME en el sector, con la información disponible hasta el momento.

Por último, se establecen las primeras conclusiones y se identifican algunos ámbitos de políticas y líneas de acción orientadas a fortalecer el sistema de integración centroamericana. Se expone este conocimiento para que los actores involucrados en el proceso (sobre todo las PYME) puedan utilizarlo en la búsqueda de espacios de acción en el mercado subregional.

*En ambos mercados se identifican los países considerados para el estudio.

Capítulo I

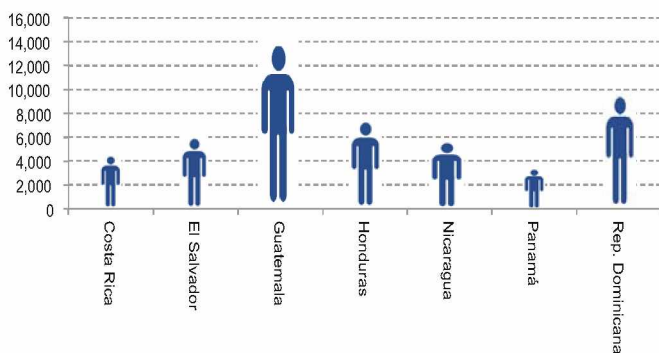
POBLACIÓN, AVANCES ECONÓMICOS Y SOCIALES

1. Una población cambiante y en crecimiento

• En 2010, la población de Centroamérica y la República Dominicana totalizaba 52 millones de habitantes, cifra equivalente al 0.8% de la población mundial y al 8.8% de la correspondiente a América Latina y el Caribe. Como se muestra en el gráfico I-1, el país que concentra casi una tercera parte de dicha población es Guatemala (27.6% del total subregional), seguido por la República Dominicana (19%), Honduras (14.6%), El Salvador (11.9%), Costa Rica (8.9%) y Panamá (6.7%). El 61% de la población de estos países, en promedio, se halla en el rango de edad de 15 a 64 años, mientras que el 33% se ubica entre los 0 y 14 años; el restante 6% rebasa los 65 años. A partir de estos datos se constata la fuerte presencia de población joven, vital para el desarrollo de las actividades económicas de los países en cuestión, y se detecta el inminente reto generacional para crear empleos y brindar los niveles educativos adecuados en un lapso relativamente breve.

Gráfico I-1. Centroamérica y República Dominicana: población total, 2010

(En miles de habitantes)

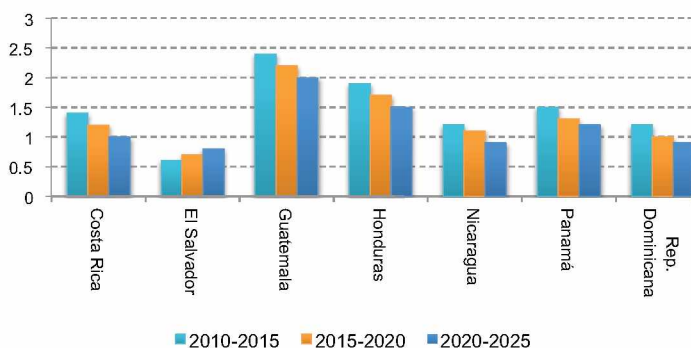


Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía (CELADE).

• Las tasas de crecimiento poblacional expuestas en el gráfico I-2 muestran la tendencia descendente del crecimiento subregional, similar a lo que se viene observando en los países industrializados, aunque a diferencia de aquéllos en Centroamérica y la República Dominicana se contará con un período de bono demográfico que se podría aprovechar para impulsar su crecimiento económico. A excepción de El Salvador -el de menores tasas de crecimiento poblacional (0.6% entre 2010-2015)-, la proyección indica que el resto

de los países en promedio reducirán su tasa poblacional a 1.6%, de 2010 a 2015, hasta caer a 1.3% en 2025. Por efecto de esta tendencia la población se concentraría en personas de mayor edad, de manera más temprana en Costa Rica y Panamá. Guatemala, pese a su tendencia declinante en la tasa poblacional, continuará ostentando la mayor cantidad de población en la subregión. La tasa de natalidad de Guatemala fue de 32 nacimientos por cada 1,000 habitantes, en 2009, mientras que la más baja correspondió a Costa Rica, con 16 nacimientos por cada 1,000 habitantes en 2009.

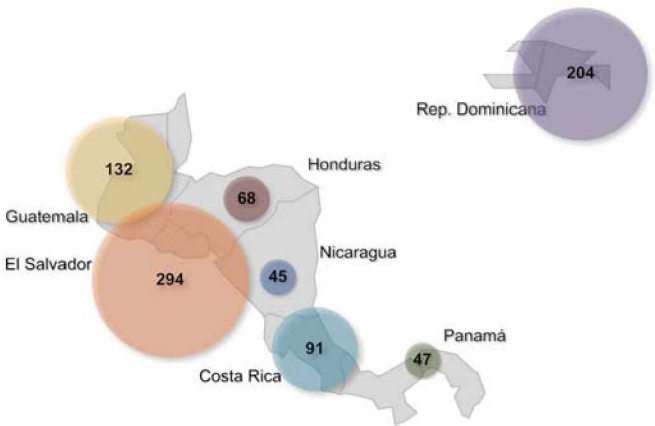
Gráfico I-2. Centroamérica y República Dominicana: tasas de crecimiento demográfico, 2010-2015, 2015-2020 Y 2020-2025
(En tasa media anual por cada 100 habitantes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía (CELADE).

- En términos territoriales, Centroamérica y la República Dominicana representan el 0.11% de la superficie terrestre mundial. En comparación, su territorio es un poco mayor que el de España, equivale a la mitad del de Bolivia y al 30% del mexicano. En promedio, su densidad poblacional es de 126 habitantes por kilómetro cuadrado, mayor que la de España, que en ese rubro tiene 92 habitantes. El Salvador exhibe la mayor densidad poblacional de la subregión, y al mismo tiempo la menor superficie (véase mapa I-1). En la República Dominicana habitan 204 personas por kilómetro cuadrado, densidad poblacional similar a la de Italia. Guatemala ocupa el tercer lugar en cuanto a densidad (132 habitantes por kilómetro cuadrado), parecida a la de China (143 habitantes por kilómetro cuadrado).

Mapa I-1. Istmo centroamericano y República Dominicana: densidad poblacional, 2010
(Habitantes por km²)



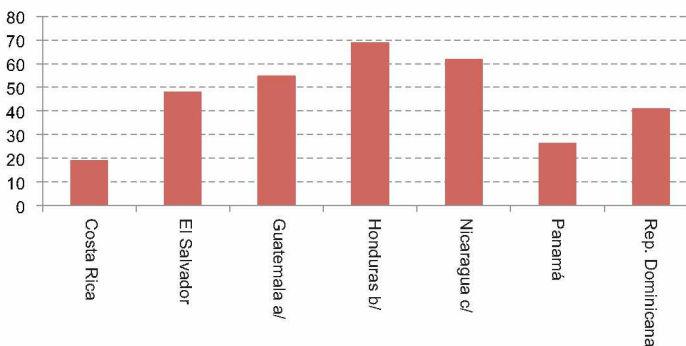
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía (CELADE).

- En Nicaragua, Panamá y Honduras se registra la menor densidad poblacional; mientras que Costa Rica, si bien alberga más habitantes que Panamá en un reducido tamaño de territorio, arroja una densidad poblacional mayor que esos tres países, y similar

Pobreza

- Uno de los mayores retos que la subregión debe afrontar es el de la pobreza: cerca del 46% promedio de la población se halla en estas condiciones. En Honduras habita el mayor porcentaje de personas bajo la línea de pobreza (68%, según se aprecia en el gráfico I-3). En Nicaragua esta situación afecta al 62% de sus habitantes (2005). En Guatemala, el país más poblado de la subregión, en 2006 este indicador se ubica en 55%, seguido de El Salvador (47.9%) y la República Dominicana (41.1%). Los países con menores porcentajes de población en estas condiciones son Costa Rica (19%) y Panamá (26%).

Gráfico I-3. Centroamérica y República Dominicana: población bajo la línea de pobreza, Circa 2009
(Porcentajes sobre la población total)



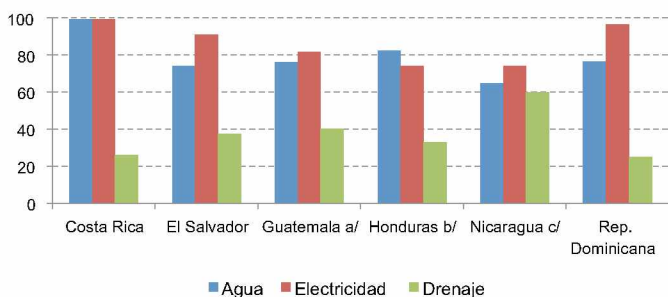
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía (CELA).

a/ Corresponde a 2006. b/ Corresponde a 2007. c/ Corresponde a 2005.

- Los datos de pobreza se reflejan en los de acceso a servicios públicos. En Costa Rica, que posee los menores índices de pobreza, el 100% de las viviendas contaba con servicios de agua y electricidad en 2009 (véase el gráfico I-4); en contraste, la disponibilidad de drenaje es aún incipiente (26% de los hogares). A su vez, en Nicaragua el 64% y el 74% de los hogares estaban conectados a las redes de agua y electricidad, respectivamente, en 2005, al tiempo que exhibía la mayor cobertura de drenaje. La República Dominicana presenta un muy elevado alcance de los servicios de electricidad en los hogares (96% en 2009), y un porcentaje considerable de viviendas con acceso a agua potable (76.5%). La subregión acusa debilidades en la provisión de servicios básicos de drenaje y de acceso a agua potable. Sólo el 78.8% de sus viviendas, en promedio, disponían de agua potable en 2009.

Gráfico I-4. Centroamérica y República Dominicana: hogares con disponibilidad de servicios básicos en la vivienda, Circa 2009

(Porcentaje de hogares)



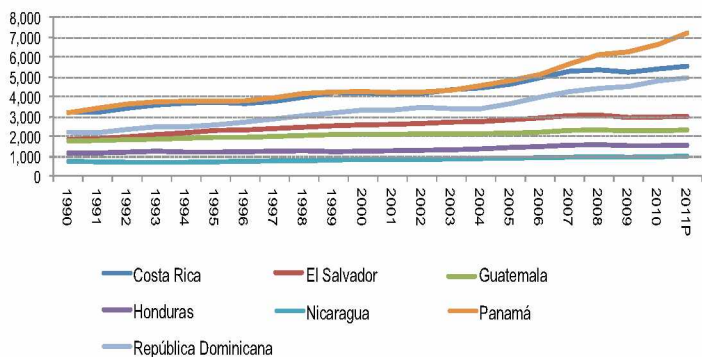
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), CEPALSTAT. a/ Corresponde a 2007; b) Corresponde a 2007; c) Corresponde a 2005.

Divergencia: ingresos y educación

- Los datos de pobreza y su desigual presencia en la subregión subrayan uno de los mayores retos que enfrenta la integración centroamericana: el proceso de divergencia entre sus países. El producto interno bruto (PIB) por habitante de Costa Rica y Panamá llegó a ser muy similar hasta 2007, y difería del resto de la subregión. Sin embargo, en los últimos años la economía panameña ha comenzado a despegarse de los demás países, mientras que se observa una convergencia entre Costa Rica y la República Dominicana (véase el gráfico 1-5). El PIB per cápita de Panamá en 2011 alcanzó 7,190 dólares, mientras que para Costa Rica y la República Dominicana fue de 5,526 y 4,924 dólares, respectivamente, en el mismo año. El PIB per cápita de Nicaragua, el menor de todos (988 dólares), equivale a la séptima parte del correspondiente a Panamá. El Salvador se despega ligeramente de Guatemala, Honduras y Nicaragua, aunque las cuatro economías crecen muy levemente. Durante el período 1990-2011 Guatemala registró el menor incremento del PIB per cápita (1.3% promedio), seguido por Honduras (1.4%), Nicaragua (1.5%) y El Salvador (2.4%). En el mismo período, Panamá y la República Dominicana presentaron una tasa de crecimiento promedio similar (4%). Por su parte, la tasa promedio de Costa Rica fue similar a la de El Salvador, de 2.7%, de 1990 a 2011, lo cual explica su despegue de la convergencia con Panamá.

Gráfico I-5. Centroamérica y República Dominicana: Producto Interno Bruto por habitante, 1990-2011

(En dólares, a precios constantes de 2005)

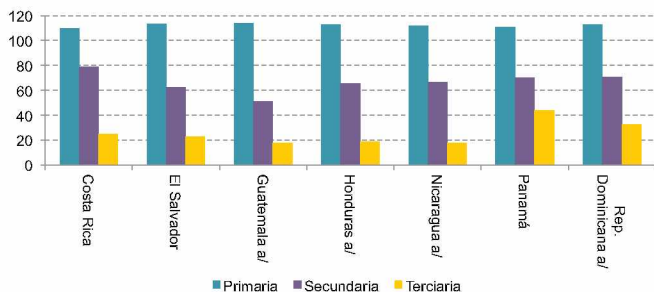


Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe, 2010.

- Otra divergencia que afecta la dinámica económico-social de la subregión es el grado de preparación educativa de su población. La tasa de matriculación bruta del nivel primario es ya superior al 100% en estos países, de acuerdo con la última información para cada país (véase el gráfico I-6). Las diferencias existen en el nivel secundario, y sobre todo terciario. En el nivel secundario, Costa Rica presentó la mayor tasa de matriculación bruta (79.2%) en 2005. Guatemala, por el contrario, registraba en 2005 una tasa de matriculación bruta en el nivel secundario de 51.3%. En la educación terciaria sobresale Panamá, con una tasa bruta de matrícula del 44% en 2008. En ese nivel, Guatemala, Honduras y Nicaragua reportan la misma tasa del 18%, de acuerdo con la última información disponible. Si se compara a Panamá con el resto del mundo en educación terciaria, se advierte que su tasa de matriculación está por encima de países como China (23%), México (27%) y Brasil (34%); pero por debajo de Chile (55%), Japón (58%), Argentina (69%), España (73%), entre otros (datos del Banco Mundial sobre 2008).

Gráfico I-6. Centroamérica y República Dominicana: tasa bruta de matrícula por nivel de enseñanza, Circa 2005

(En porcentajes)



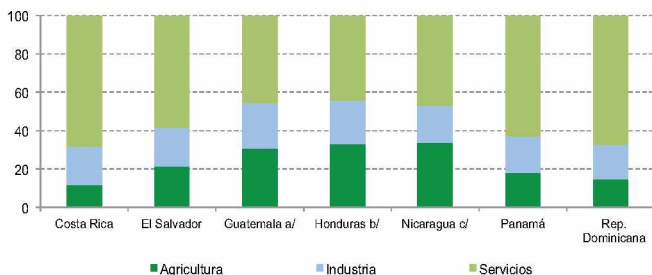
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), CEPALSTAT. a/ Corresponde a 2007; b) Corresponde a 2004.

Empleo

- En los países con mayores avances de escolarización –Costa Rica, Panamá y la República Dominicana– más del 60% de su población ocupada se emplea en el sector servicios, como se observa en el gráfico I-7. Esta actividad se ha expandido con fuerza en los últimos años. En Costa Rica la población ocupada en el sector servicios ha pasado de 49% en 1990 a 68% en 2009, lo que significa un incremento del 39%. Aunque la importancia de los empleos en servicios domina en todos los países de la subregión, en Guatemala, Honduras y Nicaragua el sector agrícola continúa siendo una actividad de reclutamiento laboral importante, incluso mayor que en el sector industrial. El sector industrial emplea en promedio cerca del 20% de la población ocupada en la subregión. El Salvador se ubica en una posición intermedia: un 58% en servicios, 20.5% en industria y 21% en agricultura.

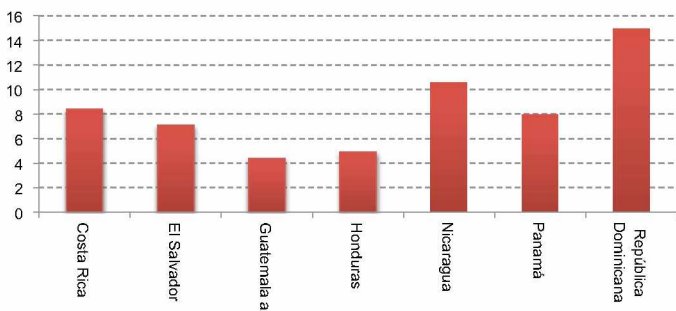
Gráfico I-7. Centroamérica y República Dominicana: estructura de la población ocupada por grandes sectores, Circa 2009

(Porcentaje de la población total ocupada)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), CEPALSTAT. a/ Corresponde a 2006; b/ Corresponde a 2007. c/ Corresponde a 2005.

- Las tasas más altas de población desempleada se observan en la República Dominicana, 15% en 2009 (véase el gráfico I-8). En promedio, de 1990 a 2009 su tasa de desempleo ha fluctuado alrededor del 16%. Aunque en 2009 Nicaragua fue el país con la segunda mayor tasa de desempleo de la subregión, su tasa promedio de 9.6% entre 1990 y 2009, ha sido igual a la de Panamá. Guatemala y Honduras, con las tasas más altas de crecimiento poblacional, los mayores niveles de pobreza y los más bajos niveles de educación, registran las menores tasas de desempleo de la subregión: 4.9% en el caso de Honduras y 4.4% en Guatemala, en 2004 (último año reportado). Costa Rica elevó casi en cuatro puntos porcentuales su tasa de desempleo entre 2008 y 2009, al pasar de 4.8% a 8.4%. En promedio, de 1990 a 2009 Costa Rica acusó una tasa de desempleo del 6%. En El Salvador se observó el mismo caso que en Costa Rica, al avanzar de 5.5% en 2008 a 7.1% en 2009, un año caracterizado por la crisis económica internacional.

Gráfico I-8. Centroamérica y República Dominicana: tasa de desempleo, Circa 2009*(En porcentajes respecto de la población económicamente activa)*

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), CEPALSTAT. a/ Corresponde a 2004.

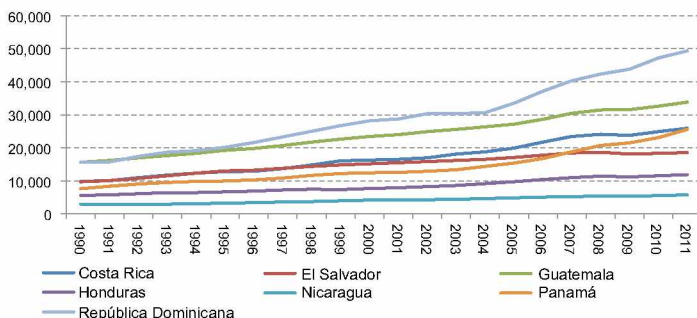
- En países como Costa Rica los niveles educativos y el desempleo están relacionados. De acuerdo con datos del Banco Mundial, de las personas desempleadas en 2007 en este país el 65% sólo habían cursado educación primaria; mientras que el 6% contaban con educación terciaria. En Panamá y la República Dominicana, el desempleo de las personas con educación primaria fue de 36% y 35%, respectivamente, mientras que el paro de personas con educación terciaria fue del 24% y 16%, respectivamente. De estos datos se infiere que en esos tres países, donde el sector servicios es la actividad más importante, el factor educativo es esencial para la incursión en el mercado laboral.

2. La producción nacional

- Entre 1990 y 2011, la subregión en su conjunto incrementó a más del doble su producto interno bruto (PIB), al pasar de 67,115 millones de dólares en 1990, a 171,176 millones de dólares (constantes de 2005) en 2011. La tasa de crecimiento promedio anual del PIB subregional fue de 4.6%, seis décimas por debajo de la observada en países como Chile, o dos décimas mayor que Argentina. El mismo indicador también se posicionó por encima del promedio de América Latina y el Caribe (3.2%), en el mismo período.

Gráfico I-9. Centroamérica y República Dominicana: producto interno bruto (PIB) a precios constantes, 1990-2011

(Millones de dólares de 2005)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), CEPALSTAT.

- En 2011 la República Dominicana aportó el 28.8% al PIB sub-regional, seguido por Guatemala (19.8%), Costa Rica y Panamá (15.2% y 15%, respectivamente), El Salvador (10.9%), Honduras (7%) y Nicaragua (3.4%). La República Dominicana y Panamá fueron los países con mayor dinamismo en los últimos 21 años. Su tasa de crecimiento promedio anual entre 1990 y 2011 fue de 5.6% y 5.9%, respectivamente. Ambas economías presentaron las mayores tasas de crecimiento de todos los países de América Latina y el Caribe. Costa Rica fue el tercer país de la subregión con una mayor tasa promedio de crecimiento anual (4.7%, en el mismo período); a continuación se colocaron Guatemala y Honduras (ambos con 3.7%) y El Salvador junto Nicaragua (ambos con 3.2%).

- En el gráfico I-9 se aprecia el dinamismo productivo de la República Dominicana a partir de la década de 1990. Junto con el de Panamá fue uno de los más elevados de la región latinoamericana y del Caribe; aunque en montos absolutos la producción dominicana casi duplica a la panameña. A partir de 2004 se observa en ambos países un mayor crecimiento, mientras que en países como El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua se registra un cierto estancamiento en la producción nacional.

- Como se indicó en el apartado sobre el empleo, el sector productivo más importante para la subregión es el de servicios. En promedio, en 2011 este sector contribuyó al PIB regional con cerca del 60%. Como se aprecia en el gráfico I-10, en Panamá la contribución de los servicios al PIB llegó en 2010 al 80%, mien-

tras que en Honduras fue de 69% en el mismo año. En 2011, los servicios aportaron 73% al PIB en Costa Rica; en tanto que las siguientes participaciones de los servicios fueron: en El Salvador y la República Dominicana 65%, en Guatemala 63% y en Nicaragua 53%. A excepción de Nicaragua, en todos los países se advierte un crecimiento en la importancia de este sector entre 1990 y 2011; en promedio, el sector en la subregión pasó de una contribución al PIB de 57%, en 1990, a 67% en 2011.

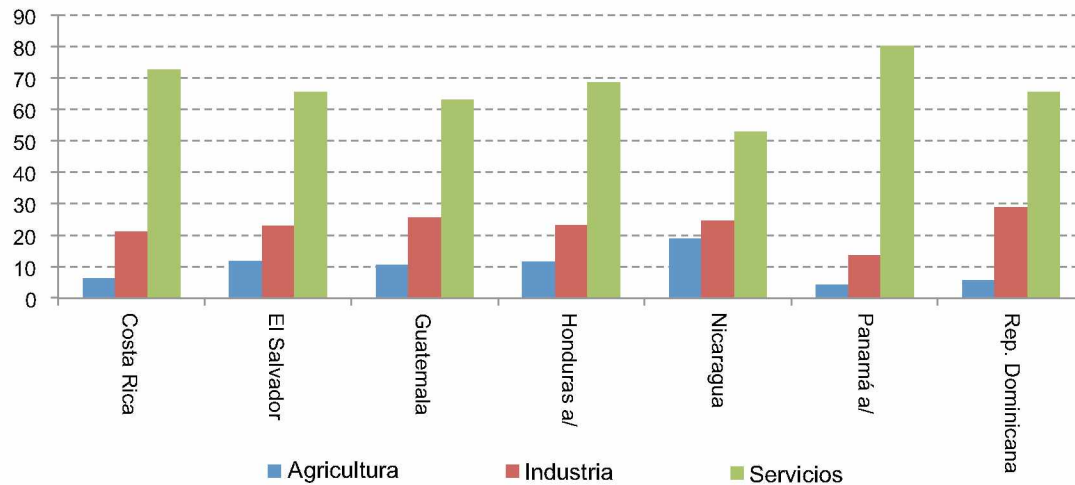
- El sector industrial es la segunda actividad en importancia para la subregión. Al contrario de los servicios, la industria disminuyó su contribución al PIB subregional de 23.2%, en 1990, a 22.8% en 2011. En la República Dominicana la industria contribuyó con el 29% al PIB nacional en 2011, desempeño seguido por Guatemala (26%), Nicaragua (24%), El Salvador (23%) y Costa Rica (21%). En Honduras y Panamá, la industria representó el 23% y el 13% del PIB, respectivamente, en 2010. Sólo Guatemala y Nicaragua aumentaron la proporción de la producción industrial respecto del PIB de 1990 a 2011. En el resto de los países se observó un ligero retroceso en esta actividad económica.

- La agricultura ha sido la actividad que más ha contraído su contribución al PIB. El promedio de la subregión pasó de 17% en 1990, a 10% en 2011. En Guatemala se redujo a menos de la mitad: su aporte representaba 28% del PIB en 1990 y llegó a 11% en 2010. En Nicaragua la actividad agrícola tiene mayor importancia y también se distingue por ser el único país que incrementó la contribución de dicha actividad al PIB nacional, ya que en 1990 representaba el 18.3% del PIB y en 2011 había escalado medio punto porcentual. En el resto de los países ha caído su importancia relativa frente al resto de la economía. Aun así, el empleo agrícola sigue siendo relevante para economías como la salvadoreña, la guatemalteca, la hondureña y la nicaragüense, cuyos niveles de pobreza son los más altos de la subregión.

Pequeñas y Medianas Empresas

- Las pequeñas y medianas empresas (PYME) son consideradas como uno de los principales agentes económicos por su participación en el total de las empresas, por su aporte al empleo y a la producción económica de los países, tanto desarrollados como en desarrollo. En

Gráfico I-10. Centroamérica y República Dominicana: sectores económicos con relación al PIB, 2011
(Porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), CEPALSTAT.

a/ Datos a 2010.

Nota: Industria abarca explotación de minas y canteras, industria manufacturera y construcción.

economías desarrolladas, como las de los miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), las PYME representan más del 95% de las empresas y generan entre el 60% y el 70% del empleo.

- Si bien en Centroamérica y la República Dominicana las PYME revisten gran importancia, las microempresas constituyen la mayoría de las unidades económicas y generan gran parte del empleo. Así, en El Salvador, Nicaragua y la República Dominicana las microempresas representan más del 96% del total de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME).
- Como se observa en el cuadro I-1, la definición de MIPYME es diferente para cada país de la subregión. En el caso de Costa Rica, Nicaragua y la República Dominicana se las caracteriza por el número de empleados, por la generación de activos y/o por ventas brutas. En El Salvador se lo hace a partir del número de empleados o de ventas brutas. En Guatemala y Honduras se utiliza el criterio del número de empleados. Finalmente, para Panamá se las encuadra en esta categoría por las ventas brutas.
- Entre los países que sólo utilizan el número de empleados, las clasificaciones también varían. En Costa Rica, El Salvador, Guatemala y Honduras se considera microempresa aquella que tiene de uno a diez empleados; en Nicaragua, el límite máximo es de cinco empleados. En la República Dominicana, se admiten hasta 15 empleados. En los casos de las pequeñas y medianas empresas la homologación para la clasificación es todavía más divergente. En Nicaragua, por ejemplo, puede considerarse pequeña empresa una que tenga de entre 6 y 30 empleados, mientras que en Honduras el rango se fija entre 11 y 50 empleados.

Cuadro I-1. Centroamérica y República Dominicana: definición de PYME por país
(Porcentajes)

País	Definición	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa
Costa Rica	Empleados	De 1 a 10	De 11 a 35	De 36 a 100
	Activos	Hasta 65	>65.1 <227.6	>227.7 <650.3
	Ventas brutas	Hasta 104	>104.1 <364.2	>364.3 <1,040.5
El Salvador	Empleados	De 1 a 10	De 11 a 50	De 51 a 100
	Activos
	Ventas brutas	Hasta 100	>100 <1,000	>1,000 <7,000
Guatemala	Empleados	De 1 a 10	De 11 a 25	De 26 a 60
	Activos
	Ventas brutas
Honduras	Empleados	De 1 a 10	De 11 a 50	De 51 a 150
	Activos
	Ventas brutas
Nicaragua	Empleados	De 1 a 5	De 6 a 30	De 31 a 100
	Activos	Hasta 9.9	>9.9 <73.9	>73.9 <295.6
	Ventas brutas	Hasta 49.3	>9.3 <443.5	>443.5 <1,970.9
Panamá	Empleados
	Activos
	Ventas brutas	Hasta 150	>150 <1,000	>1,000 <2,500
Rep. Dominicana	Empleados	De 1 a 15	De 16 a 60	De 61 a 200
	Activos	Hasta 83.1	>83.1 <332.5	>332.5 <1,108.2
	Ventas brutas	Hasta 166.2	>166.2 <1,108.2	>1,108.2 <4,155.9

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con base en la información de Monge-González, R. y Rodríguez-Álvarez, J. A. (2010).

- En 2009 en Costa Rica el 98% del parque productivo estaba compuesto por MIPYME (Monge-González y Rodríguez-Álvarez, 2010), el 72% de las cuales se clasificaban como microempresas, el 24% como pequeñas y el restante 4% como medianas. El 55% del total de estas empresas se concentraba en el sector servicios, el 26% en el comercio, el 11% en el agropecuario y el restante 8% en la industria (véanse los gráficos I-11 y I-12).
- Las MIPYME costarricense generaron el 49.7% de los empleos registrados en la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS). Dado que los servicios representan la principal actividad económica de este tipo de empresas, el 55% del total de los empleos creados por las MIPYME se generó en este sector, seguido por el comercio (25%), la industria (11%) y el sector agropecuario (9%). Las mayores generadoras de empleo fueron las pequeñas empresas (43%), seguidas por las medianas (34%) y las microempresas (23%).

Gráfico I-11. Costa Rica: establecimientos y empleo en las MIPYME, 2009

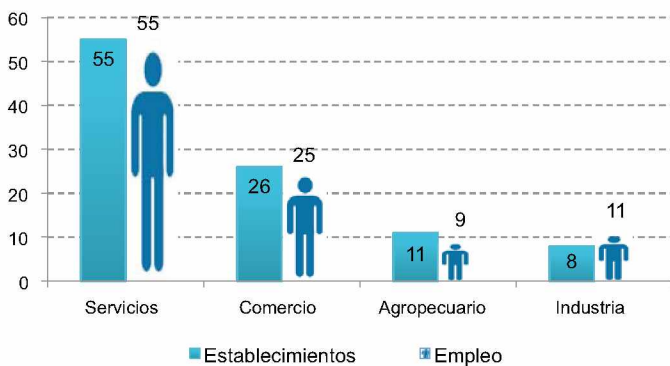
(Porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con base en la información de Monge-González, R. y Rodríguez-Álvarez, J. A. (2010).

Gráfico I-12. Costa Rica: empresas por sectores productivos y empleo en las MIPYME, 2009

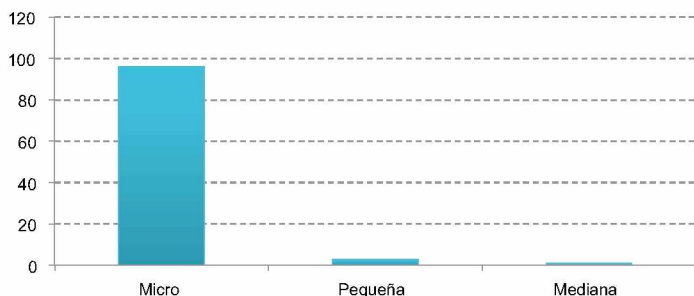
(Porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con base en la información de Monge-González, R. y Rodríguez-Álvarez, J. A. (2010).

- En 2007 el 99.5% del parque productivo salvadoreño estaba constituido por las MIPYME (Chorro, 2010). El 96% de estas empresas son microempresas, el 3% pequeñas y menos de uno por ciento, medianas. El 66.6% del total se concentraban en el sector comercio, el 18.5% en el de servicios, el 12.6% en el industrial y el restante 2.3% en otros. (Véanse gráficos I-13 y I-14)

Gráfico I-13. El Salvador: establecimientos MIPYME, 2007
(Porcentajes)



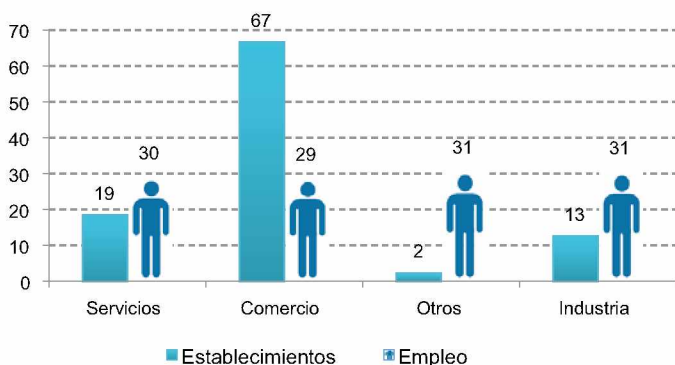
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con base en la información de Chorro, M. (2010).

- Las MIPYME emplean al 65% del total de la población ocupada en El Salvador. En promedio, las ubicadas en el sector de comercio generaron 29.3 empleos cada una. El promedio de empleos en el sector servicios fue de 29.6 empleados por empresa, mientras que en la industria se ocuparon en promedio 31.1 empleados, y las de otros sectores 31.3.

- Los pocos datos que existen sobre las MIPYME en Guatemala indican que el 90% de éstas son microempresas, las cuales emplean el 65.8% de la población ocupada, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida (ENCOVI) 2000. La mayoría de estas microempresas se ubican en el comercio, la industria y el sector agrícola (Hernández, 2003).

Gráfico I-14. El Salvador: establecimientos y empleo en las MIPYME, 2007

(Porcentajes y promedio de número de empleados por empresa)

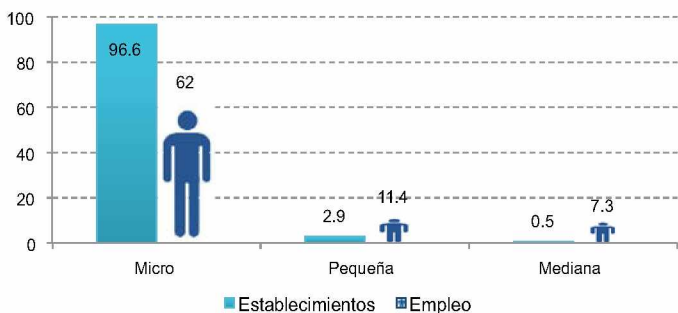


Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con base en la información de Chorro, M. (2010).

- Al igual que en el caso de Guatemala, la información sobre el estado actual de las MIPYME en Honduras es escasa. El 74% de las PYME son empresas de subsistencia, ubicadas en las áreas urbanas y dedicadas a actividades comerciales (Barquero, 2003). Las empresas industriales hondureñas en un 89.5% clasifican como micro y pequeñas empresas (ANDI, 2007). Las microempresas de Honduras se concentran en el área rural (60% del total) y se estima que las MIPYME contribuyen al 25% del PIB nacional (periódico La Tribuna, 1 de agosto de 2011).
- De acuerdo con un estudio de la Organización Internacional de Trabajo (OIT), basado en las encuestas de hogares, en Honduras el 16.5% del personal ocupado se ubica en la microempresa; el 9.1% en la pequeña empresa; 15.2% en la mediana y gran empresa; el 45.2% se autoemplea; 5.6% se ocupa en el servicio doméstico; y el restante 8.4% trabaja en el sector público (Tueros, 2009).
- El 99.6% de las empresas en Nicaragua son MIPYME y el 96.6% de estas últimas se clasifican como microempresas, el 2.9% como pequeñas y el restante 0.5% como medianas (Van der Kamp 2006). Cabe subrayar el hecho de que las microempresas con un solo empleado representan el 64% de las MIPYME (véase el gráfico I-15).

Gráfico I-15. Nicaragua: establecimientos y empleo en las MIPYME, 1998

(Porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con base en la información de Van der Kamp, R. (2006).

- Se ha estimado que el 51% de las MIPYME desarrollan actividades comerciales al por menor, el 17% se encuentra en la industria manufacturera, el 6% en el sector hotelero, el 8% en servicios comunitarios y el 18% restante en otras actividades. A nivel territorial, el 70.1% de las MIPYME nicaragüenses se encuentran en la zona del Pacífico del país; en la zona central se ubica el 20.5%, y en la zona sur y del Atlántico, el 9.4% restante (Van der Kamp, 2006).

- Las MIPYME nicaragüenses emplean al 80.8% del total de la población ocupada. Los mayores empleadores han sido las microempresas, que absorbieron el 62% del total, seguidas por la gran empresa (12.3%), la pequeña empresa (11.4%) y la mediana empresa (7.3%).

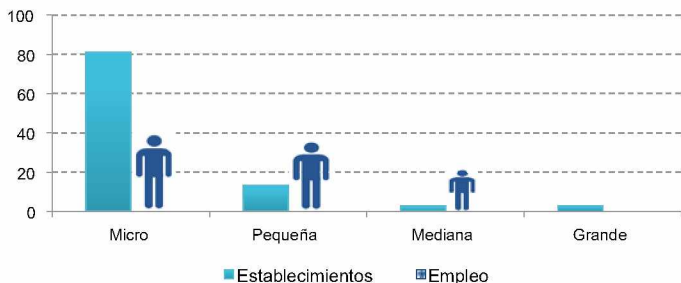
- En 1998 el 81% de los establecimientos registrados en el Directorio de Establecimientos de la Contraloría General de la República de Panamá, eran microempresas, el 13% pequeñas empresas, el 2.7% medianas empresas y el 2.9% grandes empresas (Pinilla Díaz, 2002).

- Las MIPYME panameñas se dedican en su mayoría al comercio (55.1%), seguidas por el rubro servicios (36.1%), manufactura (7.4%), construcción (0.8%) y actividades del sector primario (0.6%). Como se menciona en el estudio de Pinilla Díaz (2002), esta distribución corresponde con el modelo de servicios y comercio que ha caracterizado a la economía panameña (véanse los gráficos I-16 y I-17).

- Por distribución geográfica, las MIPYME se concentran en tres de los nueve departamentos de Panamá. El 65.9% de estas empresas se localizan en la ciudad de Panamá, el 10.6% en Chiriquí, el 10.7% en Colón y el 13% restante en los otros seis departamentos.

Gráfico I-16. Panamá: establecimientos y empleo en las MIPYME, 1998

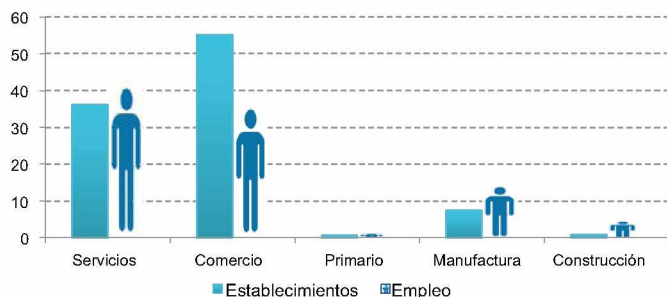
(Porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con base en la información de Pinilla Díaz, S. (2002).

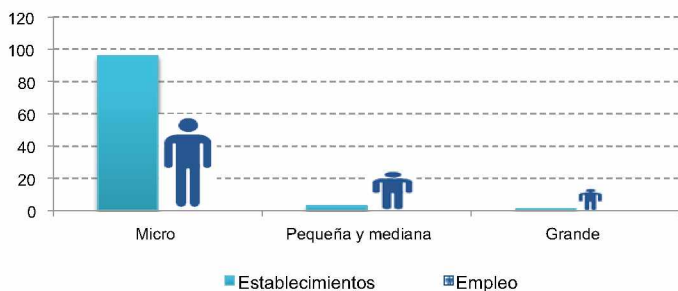
- Las MIPYME panameñas emplean al 65% del personal remunerado en este país. De ese porcentaje, las microempresas captan al 40.8%, seguidas por las pequeñas empresas (36.9%) y las medianas (22.3%). Los servicios absorben la mayoría de esos trabajadores (84.3% de los empleos en las MIPYME), y el comercio aporta la mayoría del empleo en servicios (36.7% del total), seguido por la manufactura (14.6%), la construcción (4.7%) y las actividades primarias (1.2%).
- En la República Dominicana el sector empresarial se componía en 2007 en un 96% por microempresas, 3% pequeñas y medianas empresas y 1% grandes empresas (Jiménes, 2009).
- Las microempresas generan el 60.3% del empleo; las pequeñas empresas el 9.8%, las medianas el 15.6% y las grandes el 14.4%. Un hecho a remarcar es que el 40.9% de la fuerza laboral dominicana está clasificada dentro de la microempresa individual, de acuerdo con la Encuesta Nacional de la Fuerza de Trabajo del Banco Central de la República Dominicana (Guzmán, 2007).

Gráfico I-17. Panamá: empresas por sectores productivos y empleo en las MIPYME, 1998
(Porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con base en la información de Pinilla Díaz, S. (2002).

Gráfico I-18. La República Dominicana: establecimientos y empleo en las empresas dominicanas, 2007
(Porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con base en la información de Jiménez, B. (2009) y Guzmán (2007).

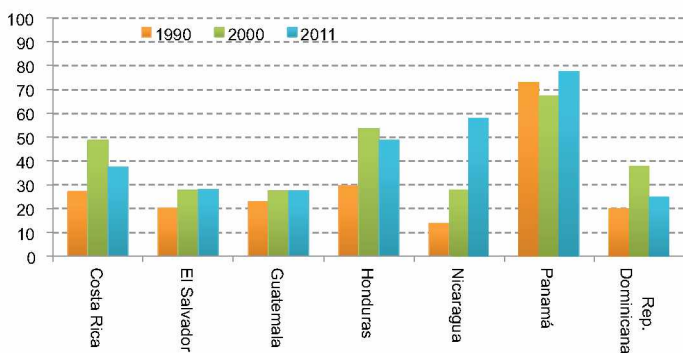
Sector Externo

- Si bien, en el tercer capítulo se expone con mayor detenimiento la apertura de las economías de la subregión al mercado mundial, en este apartado se analizan algunas cifras que reflejan la importancia del sector externo para las economías de la subregión.
- En 2011 las exportaciones de bienes y servicios de la subregión en promedio fueron equivalentes al 38% del PIB subregional. Este

dato subraya la importancia del comercio internacional para estos países. Las exportaciones de bienes y servicios panameñas significan el mayor aporte en términos del PIB subregional. En 2011 estas exportaciones representaron el 78% de su PIB. Sin embargo, en cuanto a crecimiento, las exportaciones de bienes y servicios de Nicaragua fueron las que mayor dinamismo presentaron, por su tasa de crecimiento promedio de 14% entre 1990 y 2011. En el resto de las economías, salvo Panamá, las exportaciones de bienes y servicios avanzaron a una tasa promedio cercana al 10%, de 1990 a 2011. En Panamá, a pesar de ser la economía más abierta, este ritmo fue del 8% en promedio, en el mismo período.

Gráfico I-19. Centroamérica y República Dominicana: exportaciones de bienes y servicios en relación al PIB, 1990, 2000, 2011

(Porcentajes)



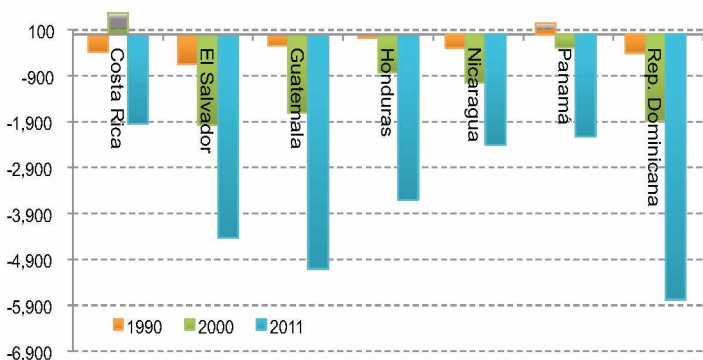
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), CEPALSTAT.

- Las importaciones de bienes y servicios de la subregión presentaron mayor dinamismo que las exportaciones: en promedio, de 1990 a 2011, su tasa de crecimiento fue del 10.3%. Nicaragua y Panamá son los países en donde este tipo de importaciones observan los mayores pesos en relación con su respectivo PIB. No obstante, para todos los países de la subregión la adquisición de bienes y servicios externos reviste gran importancia. En promedio, las importaciones fueron equivalentes al 50% del PIB en 2011, 12 puntos porcentuales más que la contribución de las exportaciones. En ese año las importaciones representaron el 92% del PIB de Nicaragua, seguido de Panamá (85%), Honduras (70%), El

Salvador (47%), Costa Rica (42%), Guatemala (38%) y República Dominicana (35%). Todos los países de la subregión acusan déficit en sus balances de bienes y servicios, que se han ido incrementando sustancialmente en los últimos años (véase el gráfico I-20).

Gráfico I-20. Centroamérica y República Dominicana: balance de bienes y servicios, 1990, 2000 y 2011

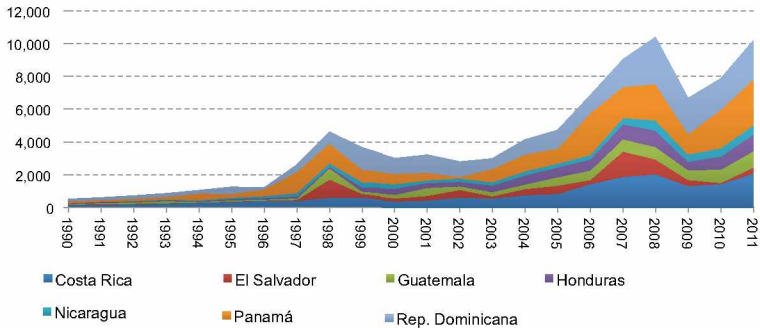
(Millones de dólares)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), CEPALSTAT.

- La balanza de pagos de la subregión logra equilibrarse con los flujos de inversión extranjera directa (IED) y de remesas familiares. En algunos países el peso relativo de la IED es menor que el de los flujos de remesas (véase el gráfico I-22). En Panamá, el porcentaje de la IED con respecto al PIB en 2011 fue de 9%, seguido de Nicaragua (7.9% en 2010), Honduras (6%), Costa Rica (5.1%), la República Dominicana (4.3%), Guatemala (2.1%), El Salvador (1.7%).

Gráfico I-21. Centroamérica y República Dominicana: flujos de inversión extranjera directa, 1990-2011
(Millones de dólares)

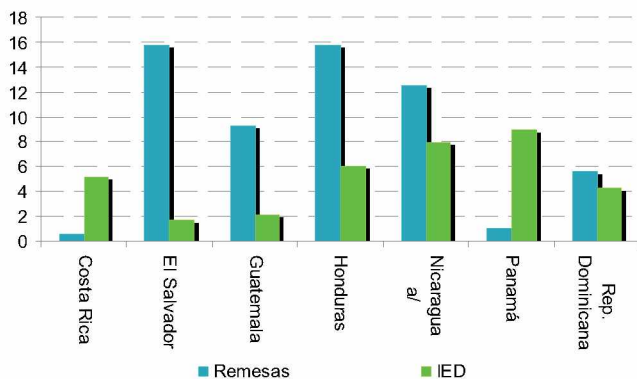


Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), CEPALSTAT.

- Las remesas familiares en El Salvador y Honduras representaron el 16% de su respectivo PIB en 2011. En Nicaragua también significan un aporte prominente a la economía y cumplen el papel de motor para el mercado interno. En este país esos ingresos externos aportaron el 12.5% del PIB en 2011. En Guatemala y la República Dominicana también se observa una fuerte entrada de divisas por este concepto en 2011 (9% y 6% del PIB, respectivamente). Costa Rica (0.56% del PIB) y Panamá (1.1% del PIB) son los únicos países de la subregión en los que las remesas tienen un peso relativo menor que la IED.

- Entre 1990 y 2011 los países centroamericanos y la República Dominicana han captado, en promedio, cerca del 6.5% de la inversión extranjera directa (IED) que recibió América Latina y el Caribe. De hecho, en 2011 en Panamá recayó la mayor proporción de IED de la subregión (29%), seguido por la República Dominicana (23%), Costa Rica (20%) Honduras (9%), Guatemala (8%), Nicaragua (6%) y El Salvador (5%).

Gráfico I-22. Centroamérica y República Dominicana: remesas e IED respecto del PIB, 2011
(Porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), CEPALSTAT y Consejo Monetario Centroamericano, con base en los Bancos Centrales centroamericanos y República Dominicana.

Recuadro I.1. LA IED EN CENTROAMÉRICA Y LA REPÚBLICA DOMINICANA

La inversión extranjera directa ha desempeñado un papel relevante en Centroamérica y la República Dominicana en las últimas décadas. Precisamente, ha crecido con fuerza a partir de la liberalización comercial y de las reformas estructurales implantadas a principios del decenio de 1990. Sin embargo, la subregión no sólo se distingue como receptora de IED sino que también ha ampliado su participación en los flujos de IED hacia el exterior, convirtiendo algunas de sus empresas en jugadoras en el escenario de las transnacionales latinoamericanas.

Las inversiones hacia el exterior desde Centroamérica han seguido una tendencia al alza hasta 2008, año en el que se vieron afectadas por la crisis de entonces (véase el cuadro A). Entre los países que presentan cifras oficiales, Costa Rica es el principal inversor en el extranjero, seguido de El Salvador y Guatemala. Los datos de fusiones y adquisiciones realizadas en 2010 y de anuncios de inversión para 2005-2010 revelan que éstas se centran casi exclusivamente en

países de América Latina y el Caribe y, especialmente, en la propia subregión, por lo que se afirma que la integración centroamericana tiene también expresión en las inversiones intrarregionales.

Cuadro A. Centroamérica: corrientes netas de inversión directa en el exterior desde Centroamérica, 1999-2011

(Millones de dólares)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Costa Rica	9	10	34	27	61	43	98	262	6	8	25	56
El Salvador	-5	-10	-26	19	-3	-113	-26	95	80	0	0	0
Guatemala	0	10	22	46	41	38	40	25	16	26	24	17
Honduras	7	3	7	12	-6	1	1	1	-1	1	-1	7

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de cifras oficiales al 28 de abril de 2010. Dato de 2011 provisional.

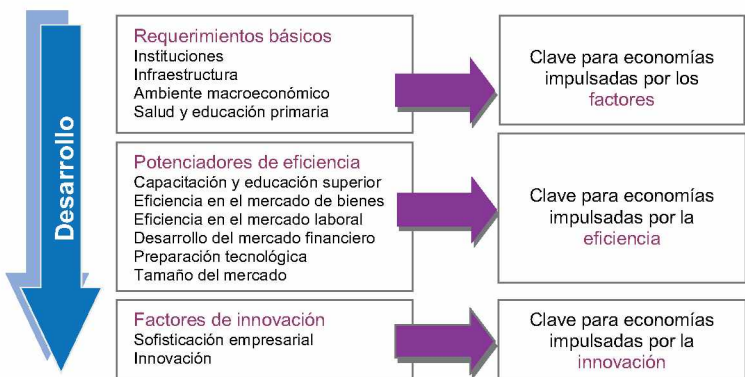
Las inversiones costarricenses en la subregión son significativas e incluyen a los sectores de bebidas y comercio (Café Britt y Florida Ice & Farm) software y servicios de telecomunicaciones (ITS InfoComunicación). Asimismo, el considerable incremento de las inversiones costarricenses en Panamá se relaciona con empresas como la constructora Meco (excavación seca en la ampliación del canal), el grupo financiero Improsa (fondos de inversión), la Cooperativa Dos Pinos (agroindustrias) y el grupo La Nación (servicios informativos). Las inversiones guatemaltecas en la subregión son numerosas: Banco Industrial, G&T Continental, Grupo Pantaleón y Grupo Pharma, seguidos en importancia por Pollo Campero, Grupo Solid, Ingenio Magdalena, Molinos Modernos, Multinversiones, Panadería San Martín, PDC, Planesa, Refrigua, Sarita, SPECTRUM, Transactel y Byte (Segovia, 2006). El Salvador es uno de los inversionistas más importantes de la subregión y ha expandido su presencia mediante inversiones de grupos empresariales como TACA (transporte aéreo) y Poma, Agrisal y Roble (sector inmobiliario). Por su parte, entre las inversiones nicaragüenses en el exterior destacan las del grupo financiero LAFISE casi en toda la subregión e incluso fuera de ella.

Fuente: CEPAL (2011), La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe 2010, (LC/G.2494-P), Santiago de Chile.

3. Competitividad internacional

• Uno de los indicadores de competitividad más consultados a nivel mundial es el elaborado por el World Economic Forum (WEF), que mide la competitividad tomando en cuenta el nivel micro y macro de las economías nacionales por medio de 12 pilares, agrupados en tres subindicadores, que a la vez expresan niveles de desarrollo: 1) requerimientos básicos, 2) potenciadores de eficiencia, y 3) factores de innovación y sofisticación (véase el gráfico I-23). De acuerdo con esta evaluación, Nicaragua se ubica en la etapa uno de desarrollo, es decir, se define como una economía impulsada por sus factores. Guatemala y Honduras atraviesan una transición entre una economía de factores y una de eficiencia. Costa Rica, El Salvador, Panamá y la República Dominicana se clasifican en la etapa dos, como economías impulsadas por la eficiencia. En América Latina, sólo Argentina, Brasil, Chile y México alcanzan el grado de economías en transición hacia la innovación.

Gráfico I-23. Los 12 pilares de la competitividad



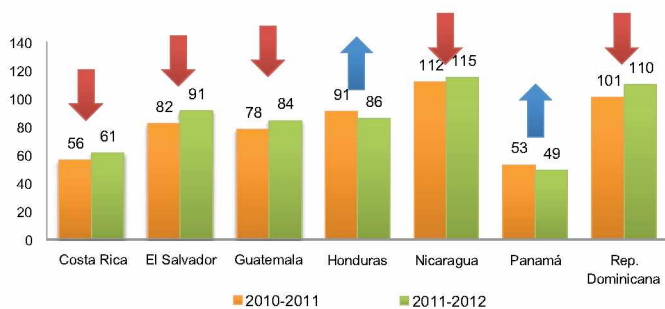
Fuente: World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2011-2012.

• En el último año, sólo Honduras y Panamá mejoraron su posición en el Índice Global de Competitividad. El primero pasó de la posición 91 en 2010-2011, a la posición 86 en el período 2011-2012, principalmente gracias a una mejor evaluación en el ambiente macroeconómico y a la sofisticación en los negocios. En el caso de Panamá, su mejor ubicación responde más a la disminución de la calificación de otros países que a un avance global de los indicadores. El resto de los países retrocedieron en su posición global; en particular, Guatemala cayó el número más elevado de posiciones (10), a causa de una menor calificación en el desarrollo del mercado financiero, en la eficiencia del mercado laboral y en la

preparación tecnológica, aun cuando también influyó el hecho de que otros países superaron su desempeño y lo desplazaron.

- Cada uno de los pilares anteriores se evalúa anualmente en una escala del 1 al 7, en la que el 7 representa la calificación más alta. El promedio de los tres subindicadores arroja como resultado el Índice Global de Competitividad. De acuerdo con este indicador, el país más competitivo a nivel mundial es Suiza, con una calificación de 5.74 puntos; le siguen Singapur, Suecia, Finlandia, Estados Unidos y Alemania. Del total de 142 economías analizadas, los países de Centroamérica y la República Dominicana ocupan los lugares entre el 49 y el 115. Como se aprecia en el gráfico I-24, de acuerdo con el WEF Panamá registra la más alta competitividad de la subregión, seguido por Costa Rica, la República Dominicana, Guatemala, Honduras, El Salvador y Nicaragua.

Gráfico I-24. Centroamérica y República Dominicana posición global en el Índice Global de Competitividad (WEF), 2010-2011 y 2011-2012



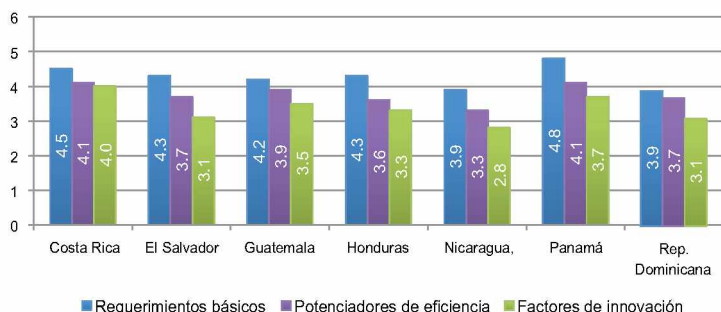
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de: World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2011-2012.

- Según el Índice Global de Competitividad, la subregión muestra su mayor fortaleza en el pilar de requerimientos básicos, sobre todo en cuanto a educación primaria y salud. Costa Rica ostenta el mejor desempeño, aunque la calidad de la infraestructura y el ambiente macroeconómico de Panamá ubican a este país como el mejor posicionado en requerimientos básicos.

- El pilar más débil en todos los países de la subregión es la innovación, rubro en el que Costa Rica y Panamá vuelven a recibir las mejores notas, aunque aún muy lejos de las economías más competitivas del mundo.
- El pilar de los potenciadores de eficiencia revela una buena nota de Costa Rica en capacitación y en educación superior, en tanto que la fortaleza de Panamá se observa en su desarrollo del mercado financiero.

Gráfico I-25. Centroamérica y República Dominicana: evaluación de los tres grandes indicadores del Índice de Competitividad Global, 2011-2012

(La evaluación va de 1 a 7)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de: World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2011-2012.

En resumen

- Los países de la subregión representan apenas el 0.11% de la superficie terrestre y albergan el 0.8% de la población mundial. Ahora bien, la densidad poblacional de algunos países, como El Salvador, supera a las observadas en estados de elevada población como China, en función del tamaño de sus territorios.
- La mayor parte de esta población se halla en el rango de 15 a 64 años, lo que implica una oportunidad para el crecimiento y, al mismo tiempo, un reto para el mercado laboral; con todo, en la subregión se advierte también una tendencia a moderar su crecimiento demográfico.

- Un gran reto para los países de la subregión es procurar la disminución de la población en situación de pobreza, al mismo tiempo es imprescindible acotar las divergencias que mantienen en materia educativa y PIB per cápita, fundamentalmente.
- La mayor educación de la población pondrá a los países en condiciones de aprovechar con mayores beneficios la creciente presencia del sector servicios en sus economías, mediante la búsqueda de nichos de valor agregado superior.
- Las PYME en la subregión desempeñan un papel importante en la creación de empleo y por su aporte a la producción económica. La mayoría de ellas son microempresas. No se han efectuado estudios que aporten datos actualizados sobre su funcionamiento, por lo que se requiere afinar el conocimiento de la problemática para así diseñar con base sólida políticas de apoyo productivo que las impulsen a crecer.
- Las economías de la subregión han seguido la tendencia mundial hacia una mayor apertura comercial y se ha dinamizado la inversión intrarregional. Aunque la captación de IED es importante, en algunos países las remesas siguen teniendo un mayor peso relativo en la entrada de capitales.
- En términos de competitividad mundial, la subregión obtiene su mayor fortaleza en el pilar de requerimientos básicos, sobre todo en educación primaria y salud. El pilar más débil en todos los países de la subregión es la innovación.

Capítulo II

COMERCIO INTRARREGIONAL

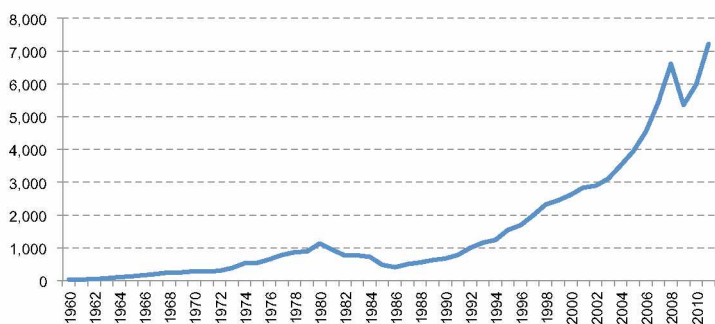
1. El proceso de integración centroamericana

- Los países centroamericanos iniciaron su proceso formal de integración económica el 13 de diciembre de 1960, con la firma del Tratado General de Integración Económica Centroamericana, por parte de El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, al que se unió Costa Rica en 1962. En este Tratado los países centroamericanos establecieron el régimen de libre comercio, al fundar el Mercado Común Centroamericano (MCCA)¹ y el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), como instrumento de financiamiento y promoción del MCCA, sobre una base de equilibrio regional. El objetivo de los países centroamericanos durante esta primera etapa de la integración era impulsar el comercio y la industrialización subregional por medio de la expansión de sus mercados nacionales.
- Durante los primeros veinte años, el MCCA dio pruebas de fomentar el comercio entre los socios y de incentivar la producción industrial. Las exportaciones entre sus miembros crecieron de 1960 a 1980 con una tasa promedio anual de 19.8%, como se observa en el gráfico II-1. En este período, la mayor tasa promedio anual correspondió a Costa Rica (26.6%), seguido por Guatemala (24.6%), ambos con un promedio anual superior al del MCCA. Nicaragua también registró un aumento importante de sus exportaciones intrarregionales (18.5%, de 1960 a 1980), seguido por El Salvador (17.2%) y Honduras (12.4%).
- La dinámica de crecimiento del comercio intrarregional del MCCA se interrumpió de 1981 a 1985 debido a la crisis mundial y a problemas políticos internos de algunos países centroamericanos. Durante ese quinquenio, las exportaciones intrarregionales presentaron un decrecimiento promedio anual de 15.1%. En Honduras se observó la mayor contracción (25.9%), seguido por Nicaragua (23.6%), El Salvador (17.9%), Costa Rica (12%) y Guatemala (12.8%).

¹ Para todos los productos originarios de sus respectivos territorios, con algunas limitaciones contenidas en su Anexo A.

Gáfico II-1. MCCA: exportaciones intrarregionales, 1960-2011

(Millones de dólares)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la base de la información de la Secretaría de Integración Centroamericana (SIECA), Sistema de estadísticas de Comercio de Centroamérica.

- A principios de la década de 1990, los países centroamericanos decidieron realizar cambios institucionales al proceso de integración regional. En 1991 Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá suscribieron el Protocolo de Tegucigalpa, en el que se estableció y consolidó el Sistema de Integración Centroamericana (SICA), como el marco institucional de la subregión que tenía "...por objetivo fundamental la realización de la Integración Centroamericana, para constituir la como Región de Paz, Libertad, Democracia y Desarrollo." (Protocolo de Tegucigalpa). Panamá se incorporó como Estado Miembro y posteriormente se adhirieron Belice y la República Dominicana, el primero como Estado Miembro y el segundo como Estado Asociado.
- En 1993 los países miembros suscribieron el Protocolo de Guatemala mediante el cual se estableció y consolidó el Subsistema de Integración Económica, adaptándolo al marco constitucional del SICA. Bajo este Protocolo "Los Estados Parte se comprometen a alcanzar de manera voluntaria, gradual, complementaria y progresiva la Unión Económica Centroamericana, cuyos avances deberán responder a las necesidades de los países que integran la región..." (Protocolo de Guatemala).
- La firma del Protocolo de Tegucigalpa y del Protocolo de Guatemala marcaron una nueva etapa en la integración centroamericana, en la que la integración económica representa una parte de un amplio concepto de integración y en el que los Estados se basan en

los principios de legalidad, consenso, gradualidad, flexibilidad, transparencia, reciprocidad, solidaridad globalidad, simultaneidad y complementariedad. Fundamentados en estos principios, los países comenzaron a aplicar una política de “Regionalismo Abierto” en la que se firmaron diversos tratados comerciales con terceros países. También entre los países miembros se suscribieron convenios para el establecimiento de una Unión Aduanera, como fue el caso del Convenio entre El Salvador y Guatemala.

- Entre 1990 y 2011, las exportaciones intrarregionales recobraron la fuerza de sus primeros 20 años. Las exportaciones pasaron de 671 millones de dólares en 1990, a 7,218 millones en 2011, es decir, en ese lapso las exportaciones intrarregionales acrecentaron casi 11 veces su nivel. En este período la tasa de crecimiento promedio anual fue de 12%. Al respecto sobresale Honduras, cuyas exportaciones fueron las más elevadas de la subregión (18.2%), mientras que el resto de los países mantuvieron una tasa de crecimiento promedio anual similar, alrededor de 11% de 1990 a 2011.
- Los avances en la conformación de la Unión Aduanera Centroamericana han fomentado el mayor incremento de los intercambios comerciales entre los países del MCCA. Esta unión aduanera tiene su origen jurídico en el Tratado General de la Integración Económica Centroamericana de 1960, mediante el cual los Estados Miembros acordaron establecer un mercado común y construir una unión aduanera entre sus territorios. El Protocolo de Guatemala refrenda este compromiso, que se ejecutaría de manera gradual y progresiva.
- Siguiendo el principio de gradualidad y flexibilidad contenido en el Protocolo de Guatemala para que dos o más Partes puedan avanzar con mayor celeridad en el proceso de integración económica centroamericana, los gobiernos de El Salvador y Guatemala firmaron en enero de 2000 un Convenio Marco para el establecimiento de una Unión Aduanera entre sus territorios. Con posterioridad, Nicaragua y Honduras se adhirieron a este compromiso mediante Resoluciones del Consejo de Ministros de Integración Económica (COMIECO) en el año 2000.
- En diciembre de 2007, los cinco países del MCCA suscribieron un Convenio Marco para el establecimiento de la Unión Aduanera Centroamericana, basándose en los objetivos y principios de los instrumentos de integración regional y conforme a lo establecido en el Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio de

1994. Por medio de este Convenio los gobiernos del MCCA se comprometieron a establecer una Unión Aduanera de forma gradual y progresiva, ajustándose a tres etapas: a) promoción de la libre circulación de bienes y facilitación del comercio; b) modernización y convergencia normativa; y c) desarrollo institucional. Posteriormente, en enero de 2009, El Salvador y Guatemala firmaron un Protocolo de Modificación a su Convenio para hacerlo congruente con el Convenio Marco firmado por todos los países del MCCA en 2007.

- Entre algunos de los acuerdos firmados por los países del MCCA para conformar una Unión Aduanera se cuentan los siguientes compromisos: la armonización del 95.7% de los rubros arancelarios²; la modificación al Código Aduanero Uniforme Centroamericano (CAUCA) vigente a partir de agosto 2008 para cuatro países y en revisión por parte de Costa Rica; la aprobación del Reglamento Centroamericano sobre la Valoración Aduanera de las mercancías; la elaboración y aplicación de los Códigos de Conducta para Funcionarios y Empleados de los Servicios Aduaneros y para Auxiliares de la Función Pública Aduanera; la firma del Convenio de Asistencia Mutua y Cooperación Técnica entre las Administraciones Tributarias y Aduaneras de Centroamérica (ratificado por Guatemala y Honduras); la firma del Convenio de Compatibilización de los Sistemas Tributarios de los Estados parte de la Unión Aduanera Centroamericana (ratificado y depositado en el SICA por Guatemala y Honduras); el establecimiento de un Reglamento Centroamericano sobre Medidas y Procedimientos Sanitarios y Fitosanitarios; la aprobación del Procedimiento para la Revisión, Análisis y Solución de Barreras no Arancelarias en el Comercio Intrarregional Centroamericano; la aplicación de un Mecanismo de Solución de Controversias Comerciales entre Centroamérica; la aprobación del Reglamento Centroamericano sobre el Origen de las Mercancías; el establecimiento de un Régimen de Tránsito Aduanero Internacional Terrestre; entre otros.

- De acuerdo con el Tratado General de Integración Económica Centroamericana, todos los productos originarios de los territorios de los países de la región centroamericana gozan de libre comercio. Los productos originarios de Centroamérica que actualmente no gozan de libre comercio (contenidos en el Anexo “A” del Tratado General) son: a) azúcar de caña (entre los cinco países); b) café sin tostar (entre los cinco países); c) derivados del petróleo (entre Honduras y El Salvador); d) alcohol etílico (entre Honduras con

² El 4.3% restante incluye productos como medicamentos, metales, petróleo, productos agropecuarios, entre otros

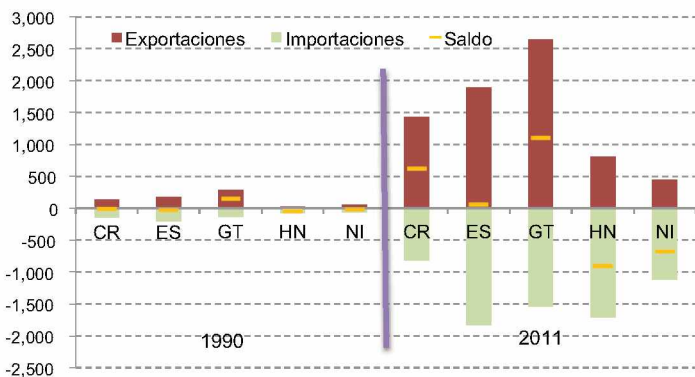
El Salvador, y Costa Rica con El Salvador); e) bebidas alcohólicas destiladas (entre Honduras y El Salvador); f) café tostado (entre Costa Rica y los demás países).

- Los avances en el perfeccionamiento de la zona de libre comercio y de la conformación de la Unión Aduanera Centroamericana han coadyuvado al crecimiento de los intercambios comerciales entre los miembros del MCCA. En materia de exportaciones se distingue Guatemala, que en 2011 vendió 2,644 millones de dólares al MCCA, lo que equivale al 37% de todas las exportaciones intrarregionales (véase el gráfico II-2). El Salvador, segundo exportador intrarregional con el 26% de las ventas regionales, fue seguido por Costa Rica (20%), Honduras (11%) y Nicaragua (6%). Como se mencionó con anterioridad, Honduras fue el país que mayor dinamismo presentó en sus ventas al mercado regional, al pasar de 24 millones de dólares en 1990, a 803 millones de dólares en 2011, es decir, multiplicó por 33 veces sus exportaciones de 1990.

- Las importaciones intrarregionales pasaron de 148 millones de dólares en 1990, a 7,020 millones de dólares en 2011. El mayor importador del MCCA en el último año fue El Salvador, que adquirió el 26% del total de las importaciones intrarregionales, con un valor de 1,833 millones de dólares. A continuación se ubicaron Honduras (24%), Guatemala (22%), Nicaragua (16%) y Costa Rica (12%). Honduras de nuevo resaltó por el mayor dinamismo de sus importaciones intrarregionales, con una tasa de crecimiento promedio anual de 16% de 1990 a 2011, algo inferior al de sus exportaciones con destino a la subregión. En cambio, Guatemala (12.3%, un punto porcentual por encima de sus exportaciones) y Nicaragua (14.2% (casi tres puntos porcentuales mayores a sus ventas a la subregión) fueron los únicos cuya tasa de crecimiento promedio anual de las importaciones intrarregionales superó a la registrada en las exportaciones.

Gráfico II-2. MCCA: comercio intrarregional, 1990 y 2011

(Millones de dólares)



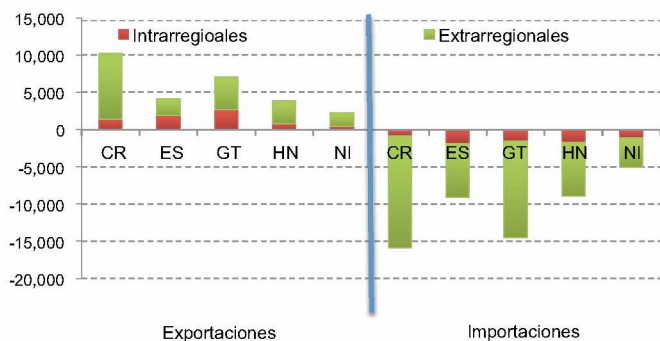
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la base de la información de la Secretaría de Integración Centroamericana (SIECA), Sistema de estadísticas de Comercio de Centroamérica.

- El mayor dinamismo de las exportaciones intrarregionales de Costa Rica y El Salvador posibilitó que obtuvieran como resultado un saldo comercial positivo en 2011 (véase el gráfico II-2). Guatemala, pese al mayor dinamismo mostrado en sus importaciones intrarregionales, sus altas ventas a la subregión posibilitaron que mantuviera un saldo comercial positivo en el comercio intrarregional, de 1,105 millones de dólares en 2011. En cambio, Honduras, que incrementó sus ventas intrarregionales, no pudo abatir un saldo comercial negativo de 904 millones de dólares en 2011. A su vez, el déficit comercial de Nicaragua (678 millones de dólares en 2011) obedeció a sus crecientes importaciones intrarregionales.

- En 2011 las exportaciones intrarregionales representaron el 26.2% del total de las exportaciones del MCCA al mundo. El Salvador destina el 46% de sus exportaciones totales al mercado intrarregional, lo que muestra la importancia creciente del MCCA para este país, como se muestra en el gráfico II-3. Guatemala vende un poco más de un tercio de sus productos al mercado subregional (37.4% en 2011), Honduras el 21% de sus productos, Nicaragua el 20% y Costa Rica el 14%.

Gráfico II-3. MCCA: comercio intrarregional y extrarregional, 2011

(Millones de dólares)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la base de la información de la Secretaría de Integración Centroamericana (SIECA), Sistema de Estadísticas de Comercio de Centroamérica.

- Si bien las exportaciones intrarregionales han adquirido relevancia, los países de la subregión centroamericana siguen obteniendo buena parte de sus insumos en el mercado del resto del mundo (en 2011 del mercado intrarregional provinieron el 13.1% de sus insumos y el 86.9% restante fue extra región). Nicaragua ostenta el mayor porcentaje de importaciones subregionales, ya que en 2011 este país adquirió el 22% de productos en ese mercado, seguido en importancia porcentual por El Salvador (20%), Honduras (19%), Guatemala (11%) y Costa Rica (5.1%). En montos, en 2011 Guatemala figura en primer lugar como importador del MCCA, donde compró 1,539 millones de dólares, y 12,996 millones de dólares del resto del mundo. Costa Rica, por su parte, es el mayor importador del resto del mundo al adquirir de ese mercado 15,105 millones de dólares y del MCCA 816 millones de dólares en 2011.

- En el interior del mercado regional, son El Salvador y Guatemala los países que más comercian entre sí. El primero destinó el 57.9% de sus ventas a Guatemala, en reciprocidad este último vendió el 50.7% de sus exportaciones a El Salvador. En el caso de Costa Rica, su principal mercado de destino intrarregional es Guatemala (47% de sus ventas en 2011). Las exportaciones de Honduras se dirigen principalmente a Guatemala (42.4% de sus ventas). En el mercado de Costa Rica se colocan el 33% de

las ventas de Nicaragua, el país con la menor concentración en un solo mercado dentro del MCCA (véase el cuadro II-1).

Cuadro II-1. MCCA: comercio intrarregional, exportaciones, 2011
(Millones de dólares)

Origen \ Destino	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua
Costa Rica	...	212	403	125	117
El Salvador	273	...	1.041	285	199
Guatemala	394	725	...	240	71
Honduras	328	661	773	...	59
Nicaragua	439	292	427	152	...

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la base de la información de la Secretaría de Integración Centroamericana (SIECA), Sistema de estadísticas de Comercio de Centroamérica.

Recuadro II.1. INCORPORACIÓN DE PANAMÁ AL SUBSISTEMA DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA

Panamá, junto con los demás miembros del MCCA, suscribió en 1991 el Protocolo de Tegucigalpa a la Carta de la Organización de Estados Centroamericanos, mediante el cual se incorporaba como Estado miembro al Sistema de Integración Centroamericana. Sin embargo, en el Protocolo de Guatemala de 1993 se estipuló que la suscripción de Panamá a dicho documento de integración no produciría efecto alguno sobre sus relaciones económicas y comerciales con las otras partes hasta que Panamá y los restantes países signatarios establecieran los plazos, términos y condiciones de su incorporación al proceso centroamericano de integración económica.

En 2007, durante la XXXI Reunión de Jefes de Estado y de Gobierno del SICA, se invitó a Panamá a participar en el proceso de negociación del Acuerdo de Asociación con la Unión Europea. En 2010, mediante la Resolución No. 249-2010 (COMIECO-EX) quedó asentada la decisión y compromiso de Panamá para incorporarse al proceso de integración económica centroamericana. Además, se convino suscribir un acuerdo en el que se establecerían

las acciones y plazos para la incorporación efectiva de Panamá, mediante la firma del respectivo Protocolo de incorporación, a más tardar el 31 de diciembre de 2011.

En junio de 2011 se firmó un Convenio de Cooperación entre el Ministerio de Comercio e Industrias de la República de Panamá y la SIECA, mediante el cual se acordó un Plan de Trabajo y se dio inicio a un trabajo preparatorio conjunto para dar a conocer a funcionarios de gobierno y a la sociedad civil de Panamá, el régimen jurídico de la integración, su funcionalidad, la forma en la que funciona el MCCA y los progresos alcanzados en materia de unión aduanera.

Panamá presentó su propuesta de incorporación al Subsistema de Integración Económica el 22 de agosto de 2011 y los países centroamericanos enviaron al Gobierno de Panamá su propuesta el 22 de noviembre de 2011. Finalmente, Panamá se incorporó formalmente al Subsistema el 29 de junio de 2012, en el marco de la XXXIX Reunión Ordinaria de los Presidentes del Sistema de Integración Centroamericana.

Fuente: SIECA (2012) Estado de la Integración Económica Centroamericana, Guatemala, febrero.

sólo el 34.5% del comercio intrarregional. En el MCCA se comercian 1,035 productos en total, según una desagregación a cuatro dígitos del Sistema Arancelario Centroamericano.

- El MCCA se caracteriza por el comercio de productos de baja y mediana tecnología, o bien de bajo o mediano valor agregado. En el gráfico II-4 se muestra el comercio intrarregional del MCCA en 2010³ clasificado de acuerdo con su grado de intensidad tecnológica⁴ o valor agregado. La mayor parte de éstas (31% del total) están catalogadas como exportaciones de baja tecnología o bajo valor agregado. En esta clasificación podrían entrar productos como el papel higiénico y el jabón. En segundo lugar, se comercializan productos basados en recursos naturales (29.9% del total), como son algunas preparaciones alimenticias, los productos de panadería, y otros. En tercer lugar, se exportan productos de mediana tecnología, 20.4% del total. A esta categoría pertenecen, por ejemplo, los insecticidas y los artículos de plástico. En cuarto lugar se cuentan los productos primarios como el aceite de palma, los aceites de petróleo, entre otros. En 2010, el 11.1% de los productos comercializados en el MCCA, fueron productos primarios, mientras que el 6.6% eran productos de alta tecnología, en los que se hallan los medicamentos y algunos productos químicos.⁵

2. Productos comercializados en el interior del mercado centroamericano (análisis por valor agregado y/o nivel de tecnología, ponderación en el comercio y competitividad).

- En 2011, los 15 principales productos comercializados en el mercado intrarregional (a cuatro dígitos) fueron medicamentos (3.7%), artículos de plástico para envasado (3.3%), productos de panadería y pastelería (3%), preparaciones alimenticias (2.7%), aceite de palma (2.6%), papel higiénico (2.6%), agua, incluida mineral y gaseada (2.4%), productos laminados planos de hierro (2.3%), aceites de petróleo (2.1%), cajas y artículos de cartón (1.8%), insecticidas (1.7%), café tostado o descafeinado (1.7%), agentes de superficie orgánicos (1.6%), jabón (1.6%) y quesos y requesón (1.4%).

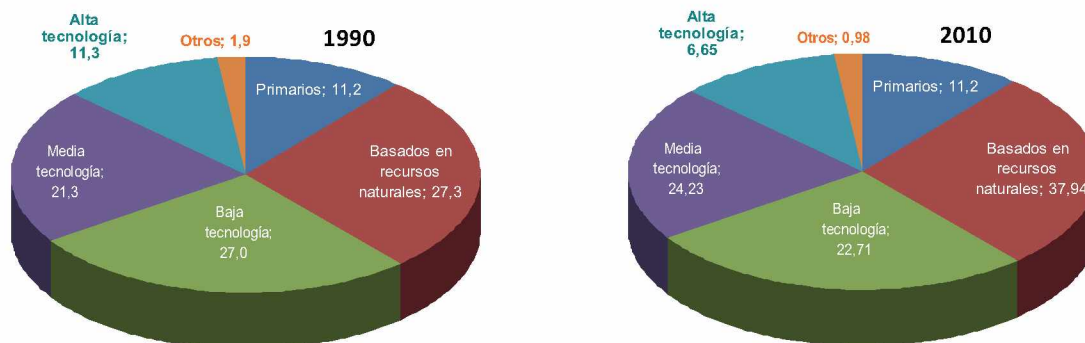
- El mercado interno centroamericano muestra gran diversificación de productos comercializados: los 15 principales productos representan

³ Último año disponible para la mayoría de los países del MCCA.

⁴ El grado de intensidad tecnológica de los productos es una clasificación desarrollada por la CEPAL a partir del trabajo de Sanjaya Lall *The Technological Structure and Performance of Developing Country Manufactured Exports, 1985-1998*. Bajo esta clasificación existen cinco categorías de bienes: bienes primarios; manufacturas basadas en recursos naturales; manufacturas de baja tecnología; manufacturas de tecnología media; y manufacturas de alta tecnología.

⁵ Los productos con mayor valor agregado o mayor intensidad tecnológica pueden ser parte del resultado de la cadena internacional de valor, en cuyo caso el valor agregado nacional podría ser mínimo. Además, no se sabe qué porcentaje de estos productos de mayor valor agregado o intensidad tecnológica se destina al mercado nacional y qué porcentaje regresa al proceso de la cadena de valor internacional. Para determinar estos casos se requiere realizar estudios específicos por productos, ya que actualmente no existen este tipo de estudios en la región.

Gráfico II-4. MCCA: exportaciones al mercado centroamericano por grado de intensidad tecnológica, 1990 y 2010
(Porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) SIGCI PLUS.

- La comparación del comercio intrarregional de productos de mediana y alta tecnología entre los años 1990 y 2010, muestra una disminución de este tipo de productos en la subregión. En 1990 las exportaciones de alta tecnología significaron el 11.3% del total de exportaciones al interior del MCCA y las de mediana tecnología el 21.3%, mientras que en 2010, ambos grupos constituyeron el 27% del total de comercio intrarregional, es decir, 5.6 puntos porcentuales menos.

- En el gráfico II-5 se aprecia el tipo de exportaciones que realiza cada país al MCCA. Nicaragua se distingue por la fuerte participación de productos primarios como quesos, carnes y hortalizas (55% de sus exportaciones en 2010). Honduras, país con un sector primario también amplio, presenta igualmente porcentajes relevantes de exportaciones de productos primarios, 21% en 2009.

- Las exportaciones al MCCA de Honduras y Costa Rica basadas en recursos naturales (como productos comestibles y preparaciones, cereales, cemento, y otras) fueron las más prominentes: el 38% en 2009 en el caso de Honduras, y 38% de las costarricenses en 2011.

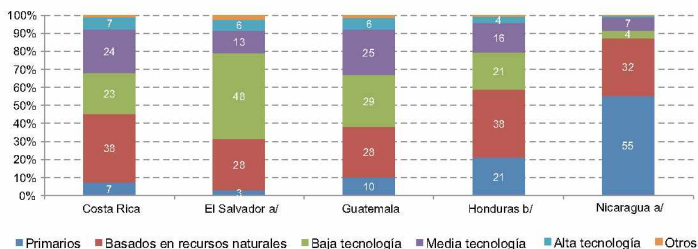
- Para El Salvador y Guatemala las exportaciones más importantes al MCCA son productos de baja tecnología, el 48% para El Salvador en 2010, y el 29% para Guatemala en 2011, fueron de esta categoría. En esta categoría cabe la mayor parte de manufactura ligera (como los artículos de materiales plásticos, los artículos de papel y cartón,

abrigo tejidos, placas de fierro o acero, y otros). Para el resto de los países también constituye un sector importante en sus exportaciones. Costa Rica exportó en 2011 el 23% del total de sus ventas al MCCA en productos de baja tecnología, y Honduras el 21% en 2009.

- Costa Rica y Guatemala son los países que más productos de mediana tecnología exportaron al MCCA, en 2011, el 24% y el 25%, respectivamente, de sus exportaciones (como, equipo para distribución de electricidad, pesticidas, equipo de tipo doméstico, etc.). Este tipo de exportaciones también ha ido cobrando importancia en países como El Salvador y Honduras, en el primero el 13% de sus exportaciones al MCCA, en 2010, fueron en esa categoría; mientras que para el segundo, este tipo de exportaciones representaron el 16%, en 2009.

- Por último, las exportaciones intrarregionales de bienes de alta tecnología (como medicamentos, receptores de televisión, equipo de telecomunicaciones, aparatos y maquinaria eléctrica) han ido aumentando paulatinamente en los países del MCCA. El 7% de exportaciones de Costa Rica en 2011 fueron de alta tecnología, seguido por Guatemala (6%), El Salvador (6%, en 2010), Honduras (4%, en 2009) y Nicaragua (1%, en 2010) (como los productos médicos y farmacéuticos, plantas eléctricas giratorias, maquinaria de generación de energía, aparatos fotográficos).

Gráfico II-5. MCCA: exportaciones al mercado centroamericano por grado de intensidad tecnológica, 2011
(Porcentajes)

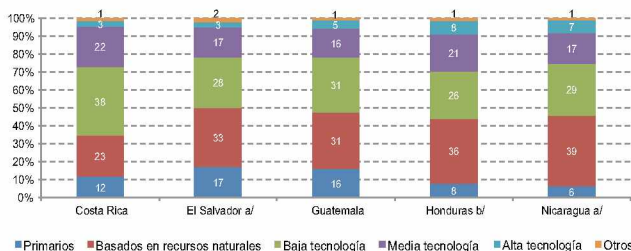


Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) SIGCI PLUS.
a/ Último año disponible 2010.
b/ Último año disponible 2009.

- A excepción de Costa Rica, los países del MCCA importan en su mayoría del mercado intrarregional productos basados en recursos naturales, así como productos de baja tecnología. Costa Rica, por su parte, concentra más de un tercio de sus importaciones intrarregionales en productos clasificados como de baja tecnología. Las importaciones intrarregionales de productos primarios son mayores en El Salvador y Guatemala, mientras que Nicaragua adquiere sólo un 6% de estos productos, en relación con sus importaciones intrarregionales totales. Esto se explica por las especialidades y complementariedades de comercio que permite el MCCA. Nicaragua sobresale como el exportador principal de bienes primarios, mientras que compra un porcentaje elevado de productos con incorporación tecnológica (véase el gráfico II-6).

Gráfico II-6. MCCA: importaciones al mercado centroamericano por grado de intensidad tecnológica, 2011

(Porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) SIGCI PLUS.

a/ Último año disponible 2010.

b/ Último año disponible 2009.

- En el cuadro II-2 se muestran los cinco principales productos exportados por cada país al MCCA. A excepción de Nicaragua, las exportaciones de los países de la subregión guardan cierta similitud. Casi en todos los casos la exportación de medicamentos y productos farmacéuticos se cuenta entre los primeros productos de exportación. También resalta la venta de productos de manufactura ligera y bienes basados en recursos naturales. En el caso de Nicaragua sus productos son netamente primarios.

- En el caso de las importaciones, los países -a excepción de Costa Rica y Panamá- importan desde el MCCA principalmente productos basados en recursos naturales (véase el gráfico II-5). Costa Rica compra sobre todo productos de baja tecnología, mientras que Panamá se enfoca a productos de media tecnología (como jabones y preparaciones para limpieza, pesticidas y desinfectantes, equipo para la distribución de electricidad, y otros).

Recuadro II.2. PRINCIPALES PRODUCTOS COMERCIALIZADOS EN EL MERCADO INTRARREGIONAL POR CADA PAÍS

Al desagregar el comercio intrarregional a nivel de país se constata, por medio de los productos exportados, la especialización lograda en cada caso.. Los datos se desagregan a ocho dígitos del Sistema Armonizado Centroamericano.

En el caso de Costa Rica, sus diez principales productos de exportación al mercado intrarregional en 2011 fueron: 1) las preparaciones compuestas para la industria de bebida (9.6% de sus exportaciones intrarregionales en 2011); 2) hilos, trenzas y cables de cobre o aluminio (4.9%); 3) las demás compresas y tampones higiénicos (4.2%); 4) medicamentos para usos terapéuticos o profilácticos para uso humano (3.6%); 5) productos laminados de hierro o acero (2.7%); 6) las demás salsas (2.1%); 7) otras galletas dulces (1.9%); 8) otros aceites de palma (1.3%); 9) refrigeradores domésticos de compresión (1.3%); y, 10) combinaciones de refrigerador y congelador con puertas exteriores separadas (1.3%).

Estos 10 productos significaron el 32.7% de las exportaciones de Costa Rica al mercado intrarregional centroamericano en 2011. Esta desagregación confirma la información del gráfico II-5, donde se observa que la mayoría de los productos costarricenses se basan en recursos naturales y de baja y mediana tecnología. En los últimos 11 años los productos más dinámicos costarricenses han sido los aceites de palma, que aumentaron sus ventas a una tasa de crecimiento promedio anual de 18.3% entre 1990 y 2011; seguidos por las demás salsas preparadas, con una tasa de crecimiento promedio anual de 15.8%, en el mismo periodo. En los últimos tres años, los hilos trenzas y cables de cobre y acero han cobrado especial importancia y se han ubicado como los segundos productos de exportación de Costa Rica a los países del MCCA. (Véase el Anexo I).

En El Salvador, los diez principales productos de exportación a Centroamérica son: 1) papel higiénico (4.9% de sus exportaciones intrarregionales en 2011); 2) los demás productos de panadería y pastelería (3%); 3) esbozos de envases para bebidas (2.7%); 4) t-shirts y camisetas de algodón (2.4%); 5) harina de maíz (2.4%); 6) aceites y grasas lubricantes (2.4%); 7) otras aguas (2.3%); 8) otros artículos de envasado de polímeros de etileno (2.3%); 9) barras de hierro o acero con muescas, cordones, surcos o relieves, producidos en el laminado o sometidas a torsión después del laminado (2.3%); y 10) medicamentos para usos terapéuticos o profilácticos para uso humano (2.1%).

Estos diez productos representan el 26.9% de las exportaciones de El Salvador al mercado intrarregional. Se comprueba también lo adelantado en el gráfico II.5, en el que se aprecia que la mayor parte de las exportaciones del país son productos de baja tecnología y basados en recursos naturales. En los últimos diez años, los productos más dinámicos salvadoreños han sido los medicamentos para usos terapéuticos o profilácticos para uso humano y los esbozos de envases

para bebidas, los cuales han aumentado sus exportaciones en una tasa promedio anual de 55% y 52%, respectivamente, de 2000 a 2011. Entre otros productos dinámicos cabe mencionar otras aguas y los t-shirts y camisetas de algodón.

Los diez principales productos de exportación intrarregional de Guatemala en 2011 fueron: 1) medicamentos para usos terapéuticos o profilácticos para uso humano (3.2% de sus exportaciones al MCCA en 2011); 2) gas propano (3.1%); 3) el agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada (2.5%); 4) productos laminados planos de hierro o acero, de espesor superior o igual a 0.16 mm pero inferior o igual a 2 mm (1.8%); 5) perfumes y agua de tocador (1.6%); 6) las demás placas y baldosas de cerámica (1.6%); 7) los demás productos de panadería y pastelería (1.5%); 8) agentes de superficie orgánicos para la venta al por menor (1.4%); 9) otros aceites de palma (1.4%); y 10) barras de hierro o acero con muescas (1.3%).

Los diez principales productos guatemaltecos que se exportan a Centroamérica representan el 19.4% de las exportaciones al MCCA. La mayoría de estos productos, como se vio en el gráfico II-5, son de baja tecnología, basados en recursos naturales y de mediana tecnología. El producto más dinámico, entre 2000 y 2011 fue el propano, que registró una tasa de crecimiento promedio anual de 56%, en el período señalado. Los demás medicamentos para uso humano y las aguas, incluida la mineral, presentaron también un incremento dinámico en dichas exportaciones. Ambos productos se expandieron a una tasa anual promedio de 39.6% (entre 2001 y 2011) y 36% (entre 2000 y 2011), respectivamente. Los productos menos dinámicos fueron las barras de hierro o acero con muescas, cuya tasa de crecimiento anual promedio de 2000 a 2011 fue de 16%.

En el caso de Honduras, los diez principales productos de exportación al MCCA en 2011 fueron: 1) el café oro (12.1%); 2) otros aceites de palma (8.8%); 3) los demás jabones y preparaciones orgánicas (7.4%); 4) cajas de papel o cartón corrugados (4.4%); 5) granos de frijol rojos (3.4%); 6) cigarrillos que contengan tabaco (3.4%); 7) los demás productos de panadería, pastelería o galletería (2.9%); 8) las demás construcciones y sus partes (2.7%); 9) esbozos de envases para bebidas (2.6%); y 10) derivados solamente sulfurados, sus sales y sus esteres etílicos (1.9%).

Estos diez productos de Honduras vendidos al MCCA en 2011 significaron 49.5% de sus exportaciones totales, lo que corrobora lo mostrado en el gráfico II-5. La mayoría de los productos de exportación intrarregionales de Honduras son bienes basados en recursos naturales, seguidos por los bienes primarios y de baja tecnología. Uno de los productos más dinámicos durante 2000-2011 fueron los demás jabones y preparaciones orgánicas, los cuales han registrado una tasa de crecimiento promedio anual de 68% durante ese período. Las exportaciones de café oro aumentaron exponencialmente en el último año, al pasar de 6 millones de dólares en 2010, a 97 millones de dólares en 2011, posicionándose como el principal producto de exportación hondureño al mercado del MCCA.

Finalmente, en el caso de Nicaragua sus diez productos principales ratifican de nueva cuenta los datos del gráfico II-5 -sobre el tipo de producto, nivel agregado y nivel de tecnología-, en el que se aprecia que la mayor parte de los productos nicaragüenses son bienes primarios y basados en recursos naturales. Estos productos en 2011 fueron: 1) carne bovina, fresca o refrigerada, deshuesada (11.2%); 2) leche y nata, sin adición de azúcar ni otro edulcorante en envase de contenido neto inferior a 5 kg (8.1%); 3) extractos, esencias y concentrados de café (5.4%); 4) queso fundido, excepto el rallado o en polvo (5.1%); 5) otros quesos y requesón (4.9%); 6) aceite en bruto de palma (3.6%); 7) judías común (3.6%); 8) queso tipo mozzarella (3.4%); 9) aceites livianos espíritu blanco (2.7%); y 10) queso fresco (2.5%).

Los diez productos representan el 50.4% de las exportaciones de Nicaragua al MCCA. El producto de exportación intrarregional más dinámico de 2000 a 2011 fue la leche y nata, sin adición de azúcar ni otro edulcorante en envase de contenido neto inferior a 5 kg, el cual se ha elevado a una tasa promedio anual de 38.5%, durante el período indicado. El queso fundido también ha crecido a una tasa positiva de 17%, de 2000 a 2011.

Cuadro II-2. Centroamérica: los cinco principales productos exportados al MCCA, 2011

(Nivel partida)

Costa Rica	El Salvador	Guatemala
Preparaciones alimenticias (2106)	Art. de envasado de plástico (3923)	Medicamentos para uso terapéutico (3004)
Medicamentos para uso terapéutico (3004)	Aceites de petróleo (2710)	Prod. Laminados de hierro o acero (7210)
Hilos y cables conductores de electricidad (8544)	Papel higiénico (4818)	Gas de petróleo (2711)
Papel higiénico (4818)	Productos de panadería, galletería (1905)	Agua, incluida mineral y gaseada (2202)
Prod. Laminados de hierro o acero (7210)	Medicamentos para uso terapéutico (3004)	Insecticidas, raticidas, fungicidas (3808)
Honduras	Nicaragua	
Café, incluso tostado y descafeinado (0901)	Quesos y requesón (0406)	
Aceite de palma (1511)	Carne bovina fresca o refrigerada (0201)	
Jabón y productos orgánicos tensoactivos (3401)	Leche y nata concentrada o con azúcar (0402)	
Cajas, sacos de papel, cartón (4819)	Extractos, esencias de café, té, hierba (2101)	
Artículos de plástico para transporte o envasado (3923)	Hortalizas de vaina secas (0713)	

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la base de la información de la Secretaría de Integración Centroamericana (SIECA), Sistema de estadísticas de Comercio de Centroamérica.

PRODUCTOS CON MAYOR DINAMISMO EN EL COMERCIO INTRARREGIONAL

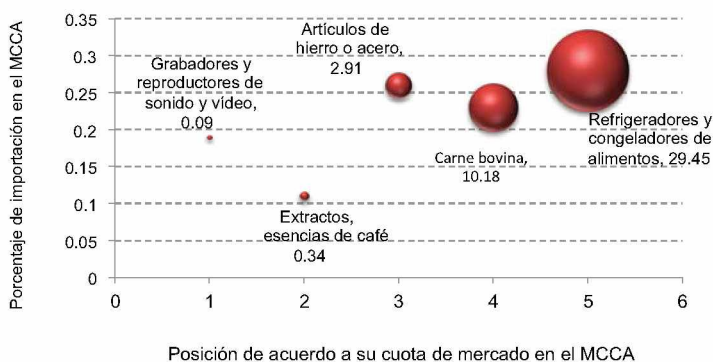
• En el cuadro II-3 se exponen los cinco productos que más han demandado los países del MCCA entre 1990 y 2009.⁶ En una primera columna, titulada “Fortalezas”, se ubican los productos cuyo incremento en el porcentaje de importaciones del MCCA (es decir, de la demanda), fue acompañado de un aumento en la participación de cada país exportador en las importaciones de ese producto en el MCCA (es decir, de la oferta). En otras palabras, éstos son los productos que registraron mayor demanda y en los que los países pudieron elevar sus exportaciones, es decir, los productos con mayor dinamismo intrarregional.

⁶ 2009 es el último año disponible en el TradeCan.

• En el caso de Costa Rica se observa que se ha ampliado su participación en las mayores importaciones que los países del MCCA han hecho de grabadores y reproductores de sonido y video; extractos, esencias y concentrados de café; artículos de hierro o acero; carne bovina; y refrigeradores y congeladores de alimentos (véanse el cuadro II-3 y el gráfico II-7). Costa Rica provee el 29.5% del total de las importaciones de refrigeradores y congeladores de alimentos que realiza el MCCA.

Gráfico II-7. Costa Rica: productos de exportación más dinámicos en el MCCA, 1990-2009

(Relación cuota de mercado y porcentaje de importación en el MCCA en 2009)



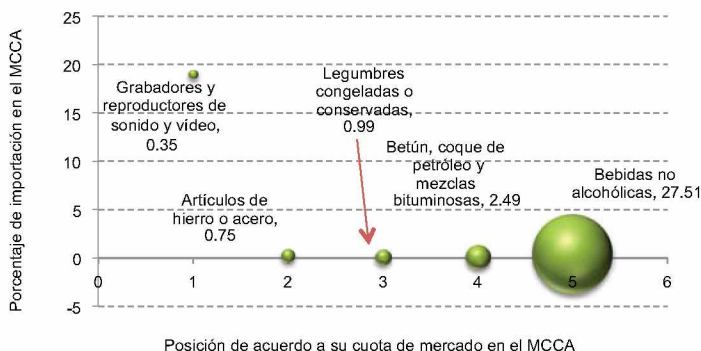
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con base en el TradeCAN 2011.

Nota: Ejercicio a 4 dígitos del sistema CUCI.

• Los productos más dinámicos de El Salvador entre 1990 y 2009 fueron los grabadores y reproductores de sonido y video; los artículos de hierro o acero; las legumbres congeladas o conservadas temporalmente; el betún, coque de petróleo y mezclas bituminosas; y las bebidas no alcohólicas (véanse el cuadro II-3 y el gráfico II-8). Las bebidas no alcohólicas y el betún de petróleo tienen las cuotas de mercado de importación más altas en el MCCA, de los cinco productos más dinámicos, 27.5% y 2.5%, respectivamente.

Gráfico II-8. El Salvador: productos de exportación más dinámicos en el MCCA, 1990-2009

(Relación cuota de mercado y porcentaje de importación en el MCCA en 2009)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con base en el TradeCAN 2011.

Nota: Ejercicio a 4 dígitos del sistema CUCI.

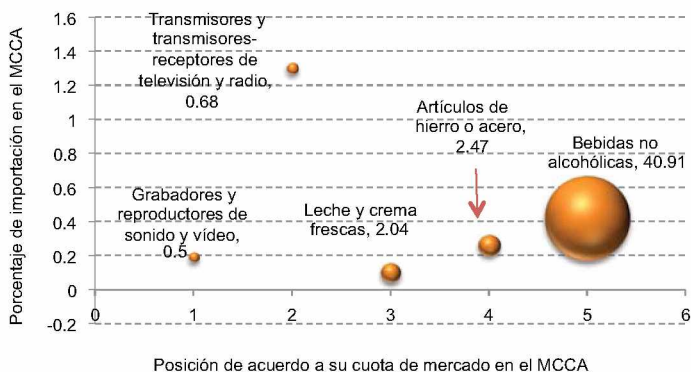
- En el caso de Guatemala, los productos de mayor impacto regional de 1990 a 2009 fueron los grabadores y reproductores de sonido y video; los transmisores y transmisores-receptores de televisión y radio; la leche y crema frescas; los artículos de hierro o acero; y, las bebidas no alcohólicas (véanse el cuadro II-3 y el gráfico II-9). Guatemala provee el 41% de las bebidas alcohólicas que importa el MCCA.

- Los productos de Honduras con mayor dinamismo en el MCCA fueron: los grabadores y reproductores de sonido y video; los artículos de hierro o acero; los tejidos de punto o ganchillo, de fibras distintas de las sintéticas; la leche y crema frescas; y, otros artículos de confección de materias textiles (véanse el cuadro II-3 y el gráfico II-10). De este último producto, el MCCA adquiere el 31% de Honduras, y éste constituye uno de sus productos más relevantes.

- Los productos nicaragüenses más dinámicos de 1990 a 2009 en el MCCA fueron: otros artículos de confección de materias textiles; los tejidos de punto o ganchillo, de fibras distintas de las sintéticas; otros muebles y sus partes; los preparados de harina; y las bebidas no alcohólicas. Al igual que El Salvador y Guatemala, Nicaragua ha aprovechado la mayor demanda de bebidas no alcohólicas en la región (véanse el cuadro II-3 y el gráfico II-11).

Gráfico II-9. Guatemala: Productos de exportación más dinámicos en el MCCA, 1990-2009

(Relación cuota de mercado y porcentaje de importación en el MCCA en 2009)

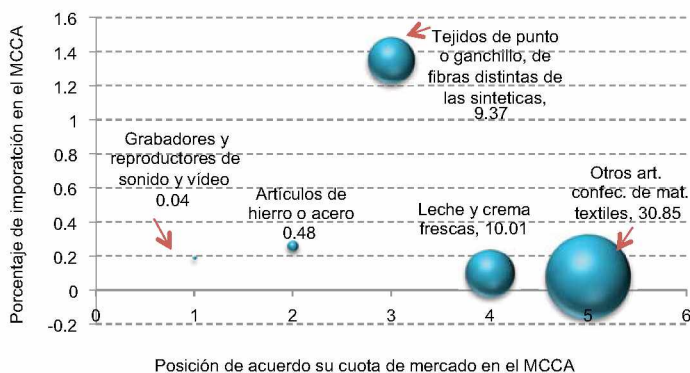


Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con base en el TradeCAN 2011.

Nota: Ejercicio a 4 dígitos del sistema CUCI.

Gráfico II-10. Honduras: Productos de exportación más dinámicos en el MCCA, 1990-2009

(Relación cuota de mercado y porcentaje de importación en el MCCA en 2009)

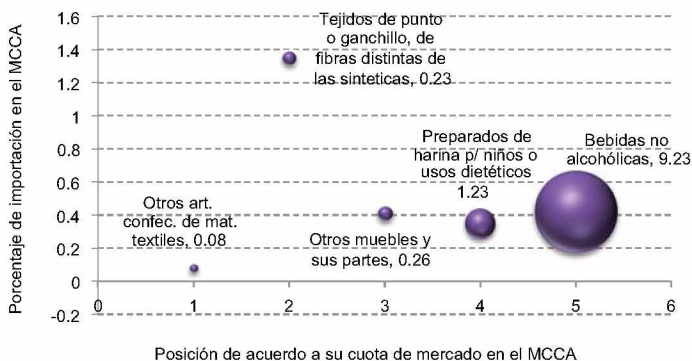


Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con base en el TradeCAN 2011.

Nota: Ejercicio a 4 dígitos del sistema CUCI.

Gráfico II-11. Nicaragua: Productos de exportación más dinámicos en el MCCA, 1990-2009

(Relación cuota de mercado y porcentaje de importación en el MCCA en 2009)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con base en el TradeCAN 2011.

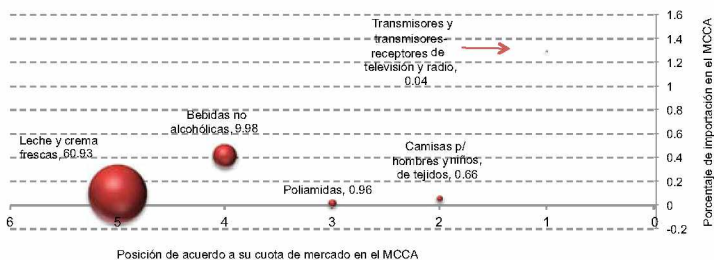
Nota: Ejercicio a 4 dígitos del sistema CUCI.

PRODUCTOS CON MAYOR POTENCIAL EN EL COMERCIO INTRARREGIONAL

- El potencial de algunos productos en el comercio del MCCA se analiza basándose en el aumento de sus importaciones. En el cuadro II-3 se identifican en la segunda columna las “Oportunidades”, es decir, los productos que acrecentaron su presencia en las importaciones del MCCA; en cambio, los países centroamericanos no incrementaron su cuota de mercado en ese rubro, comportamiento que puede deberse a: una mayor competitividad por parte de otro mercado exportador; una baja capacidad de respuesta por parte del país exportador; o bien, un mayor enfoque en otro tipo de productos. En otras palabras, son productos con demanda creciente en el mercado centroamericano, aunque los miembros de éste no han ampliado su oferta. Se trata de subsectores o categorías de productos que mostraron mayor potencial en el comercio intrarregional, situación que podrían explotar las diversas empresas de la subregión, incluyendo a las PYME.

Gráfico II-12. Costa Rica: Productos de exportación más dinámicos en el MCCA, 1990-2009

(Relación cuota de mercado y porcentaje de importación en el MCCA en 2009)



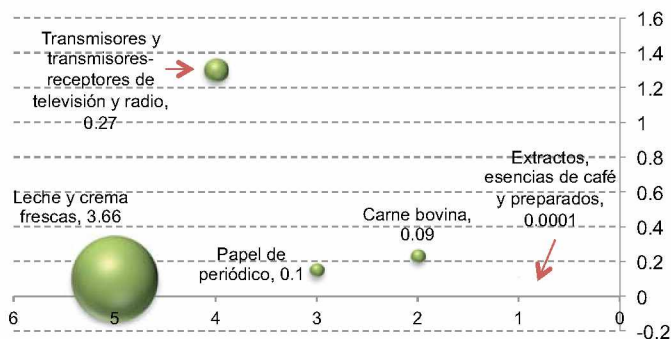
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con base en el TradeCAN 2011.

Nota: Ejercicio a 4 dígitos del sistema CUCI.

- Costa Rica, por ejemplo, entre 1990 y 2009 disminuyó su participación en las importaciones centroamericanas de transmisores-receptores de radio y televisión; camisas de tejidos para hombres y niños; poliamidas; bebidas no alcohólicas; y leche y crema frescas. En todos esos rubros los países del MCCA han incrementado sus importaciones. Costa Rica, por tanto, podría intensificar sus exportaciones en dichos productos, a fin de beneficiarse del dinamismo de los productos con mayor potencial en la subregión (véanse el cuadro II-3 y el gráfico II-12).

Gráfico II-13. El Salvador: Productos de exportación más dinámicos en el MCCA, 1990-2009

(Relación cuota de mercado y porcentaje de importación en el MCCA en 2009)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con base en el TradeCAN 2011.

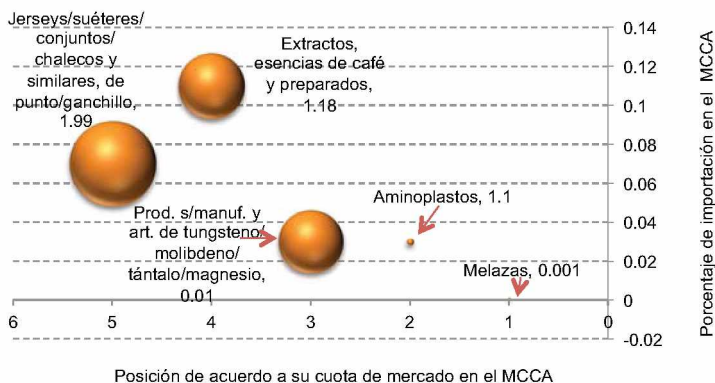
Nota: Ejercicio a 4 dígitos del sistema CUCI.

- En El Salvador los productos con mayor potencial fueron extractos y esencias de café y preparados; la carne bovina; el papel de periódico; los transmisores-receptores de televisión y radio; y la leche y crema. El Salvador, pese a que en 2009 tenía una cuota de mercado en leche y crema de 3.7% en el MCCA, sus exportaciones a este mercado, en el que aumentó la demanda de ese producto, han ido a la baja (véanse el cuadro II-3 y el gráfico II-13).

- Los productos guatemaltecos que evidenciaron mayor potencial de 1990 a 2009 fueron las melazas; los productos sin manufacturar y artículos de tungsteno, molibdeno, tántalo y magnesio; los aminoplastos; los extractos, esencias de café; y los jerseys, suéteres, conjuntos y chalecos de punto o ganchillo. La cuota de mercado de Guatemala en estos productos es muy baja, por lo que existe la oportunidad de aprovechar el aumento en la demanda de estos productos en el MCCA (véanse el cuadro II-3 y el gráfico II-14).

Gráfico II-14. Guatemala: Productos de exportación más dinámicos en el MCCA, 1990-2009

(Relación cuota de mercado y porcentaje de importación en el MCCA en 2009)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con base en el TradeCAN 2011.

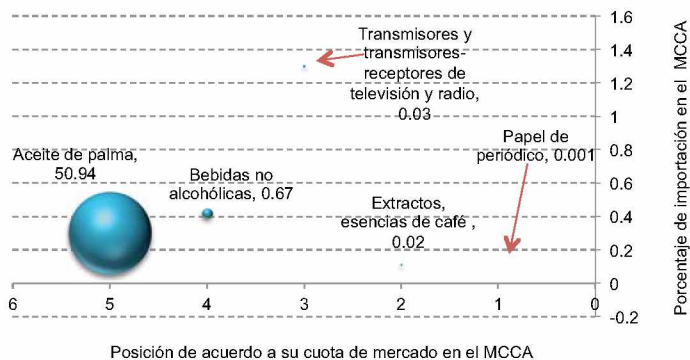
Nota: Ejercicio a 4 dígitos del sistema CUCI.

- En el caso de Honduras, los productos con mayor potencial en el MCCA de 1990 a 2009 fueron el aceite de palma; bebidas no alcohólicas; transmisores-receptores de televisión y radio; los extractos y esencias de café; y el papel periódico (véanse el cuadro II-3 y el gráfico II-15). Aun cuando Honduras provee el 50.94% de las importaciones de aceite de palma de este mercado, el país está perdiendo participación en un producto con creciente demanda.

- Los productos nicaragüenses de mayor potencial entre 1990 y 2009 en el MCCA fueron la carne bovina; la leche y cremas frescas; la azúcar refinada; las flores y follaje cortados; y, el polipropileno (véanse el cuadro II-3 y el gráfico II-16). Al igual que en el caso de Honduras, aun cuando la tasa de mercado de Nicaragua en la carne bovina es alta dentro del MCCA, su cuota ha descendido en un producto dinámico en la demanda.

Gráfico II-15. Honduras: Productos de exportación más dinámicos en el MCCA, 1990-2009

(Relación cuota de mercado y porcentaje de importación en el MCCA en 2009)

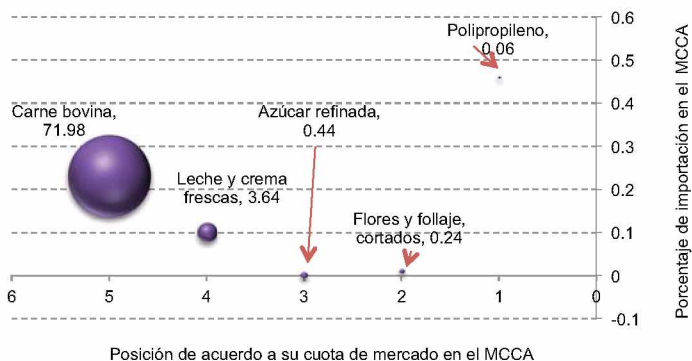


Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con base en el TradeCAN 2011.

Nota: Ejercicio a 4 dígitos del sistema CUCI.

Gráfico II-16. Nicaragua: Productos de exportación más dinámicos en el MCCA, 1990-2009

(Relación cuota de mercado y porcentaje de importación en el MCCA en 2009)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con base en el TradeCAN.

Nota: Ejercicio a 4 dígitos del sistema CUCI.

PRODUCTOS DE COMERCIO BILATERAL EN EL MERCADO INTRARREGIONAL

• En el cuadro II-4 se observan los tres principales productos que cada país de la subregión exporta a cada uno de los miembros de la subregión. En dicho cuadro se aprecia el tipo de productos en que cada economía está especializada y las diferencias comerciales bilaterales.

Cuadro II-3. MCCA: Los cinco productos más dinámicos cuyas exportaciones al Mercado Común Centroamericano han aumentado (fortalezas) o disminuido (oportunidades), 1990-2009

	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
COSTA RICA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Extractos, esencias y concentrados de café y preparados ▪ Otros grabadores y reproductores de sonido y aparatos de video ▪ Artículos de hierro o acero, n.e.p. ▪ Carne bovina ▪ Refrigeradores y congeladores de alimentos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poliamidas ▪ Transmisores y transmisores-receptores de televisión y radio ▪ Bebidas no alcohólicas, n.e.p. ▪ Leche y crema frescas ▪ Camisas p/ hombres y niños, de tejidos
EL SALVADOR	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Otros grabadores y reproductores de sonido y aparatos de video ▪ Artículos de hierro o acero, n.e.p. ▪ Bebidas no alcohólicas, n.e.p. ▪ Betún, coque de petróleo y mezclas bituminosas, n.e.p. ▪ Legumbres congeladas o conservadas temporalmente 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Extractos, esencias y concentrados de café y preparados ▪ Papel de periódico ▪ Leche y crema frescas ▪ Carne bovina ▪ Preparados de harina p/ niños o usos dietéticos
GUATEMALA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Transmisores y transmisores-receptores de televisión y radio ▪ Otros grabadores y reproductores de sonido y aparatos de video ▪ Artículos de hierro o acero, n.e.p. ▪ Bebidas no alcohólicas, n.e.p. ▪ Leche y crema frescas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prod. s/manuf. y art. de tungsteno/molibdeno/tántalo/magnesio ▪ Jerseys/suéteres/conjuntos/chalecos y similares, de punto/ganchillo ▪ Aminoplastos ▪ Extractos, esencias y concentrados de café y preparados ▪ Melazas
HONDURAS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Otros grabadores y reproductores de sonido y aparatos de video ▪ Artículos de hierro o acero, n.e.p. ▪ Leche y crema frescas ▪ Otros arts. confección de mat. textiles, n.e.p. ▪ Tejidos de punto o ganchillo, de fibras distintas de las sintéticas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aceite de palma ▪ Transmisores y transmisores-receptores de televisión y radio ▪ Extractos, esencias y concentrados de café y preparados ▪ Bebidas no alcohólicas, n.e.p. ▪ Papel de periódico
NICARAGUA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bebidas no alcohólicas, n.e.p. ▪ Preparados de harina p/ niños o usos dietéticos ▪ Otros arts. confección de mat. textiles, n.e.p. ▪ Tejidos de punto o ganchillo, de fibras distintas de las sintéticas ▪ Otros muebles y sus partes, n.e.p. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Polipropileno ▪ Leche y crema frescas ▪ Carne bovina ▪ Azúcar refinada ▪ Flores y follaje, cortados

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del TRADECAN, 2011.

Nota: Ejercicio realizado a cuatro dígitos del sistema CUCI.

Cuadro II-4. MCCA: Los tres principales productos exportados a los países del MCCA, 2011

IMPORTADORES EXPORTADORES	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Panamá	Rep. Dominicana
Costa Rica		Las demás preparaciones alimenticias	Las demás preparaciones alimenticias	Las demás preparaciones alimenticias	Las demás preparaciones alimenticias	Los demás medicamentos para la venta al por menor	Compresas y tapones higiénicos
		Los demás conductores eléctricos para una tensión inferior o igual a 1000 V	Compresas y tapones higiénicos	Los demás conductores eléctricos para una tensión inferior o igual a 1000 V	Los demás aceites de palma	Las demás preparaciones alimenticias	Las demás preparaciones alimenticias
		Compresas y tapones higiénicos	Los demás conductores eléctricos para una tensión inferior o igual a 1000 V	Los demás medicamentos para la venta al por menor	Productos laminados de hierro o acero ondulados	Los demás conductores eléctricos para una tensión inferior o igual a 1000 V	Los demás conductores eléctricos para una tensión inferior o igual a 1000 V
El Salvador		Las demás preparaciones alimenticias	Agua con adición de azúcar u otro edulcorante	Los demás aceites de palma	Carne bovina, fresca o refrigerada, deshuesada	Aceites crudos de petróleo o de material bituminoso	Los demás gases de petróleo licuados
		Las demás preparaciones para salsas	Aceite en bruto	Los demás jabones	Los demás quesos y requesón	Los demás medicamentos para la venta al por menor	Resinas alídicas
		Los demás conductores eléctricos para una tensión inferior o igual a 1000 V	Los demás depósitos, barriles, cajas de aluminio	Sostenes (brassiers)	Queso fundido	Los demás aceites de petróleo o de material bituminoso	Los demás medicamentos para la venta al por menor
Guatemala		Cauchos técnicamente especificados	Gas propano	Agua con adición de azúcar u otro edulcorante	Productos laminados de hierro o acero ondulados	Los demás medicamentos para la venta al por menor	Las demás bombonas, botellas, envase de vidrio
		Los demás productos laminados planos de hierro o acero	Agua con adición de azúcar u otro edulcorante	Los demás medicamentos para la venta al por menor	Los demás medicamentos para la venta al por menor	Los demás aceites de petróleo o de material bituminoso	Dentífricos
		Los demás medicamentos para la venta al por menor	Los demás medicamentos para la venta al por menor	Los demás productos de panadería y pastelería	Los demás aceites de palma	Cajas de papel o cartón corrugado	Los demás agentes de superficie orgánicos
Honduras		Cajas de papel o cartón corrugado	Los demás aceites de palma	Café sin tostar y descafeinar	Los demás aceites de palma	Las demás papeles y cartones Kraft, de peso superior o igual a 225 g/m ²	Aceite en bruto de palma
		Productos laminados de hierro o acero ondulados	Los demás jabones	Los demás jabones	Cigarrillos que contengan tabaco	Los demás conductores eléctricos para una tensión inferior o igual a 1000 V	Tabaco sin desvenar o desnervar
		Judías común	Café sin tostar y descafeinar	Los demás aceites de palma	Las demás construcciones y sus partes de hierro o acero	Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor	Los demás jabones
Nicaragua		Aceite en bruto de palma	Carne bovina, fresca o refrigerada, deshuesada	Leche y nata sin adición de azúcar o edulcorante	Queso fresco, incluido el lactosuero y requesón	Ron y demás aguardientes de la caña de azúcar	Los demás productos de panadería y pastelería
		Aceites livianos de petróleo	Los demás quesos y requesón	Los demás animales vivos de especie bovina	Camarones, langostinos y demás decápodos	Aceites livianos de petróleo	Tabaco total o parcialmente desvenado o desnervado
		Harina de trigo (tranquillon)	Queso fundido	Extractos, esencias y concentrados de café	Leche y nata sin adición de azúcar o edulcorante	Los demás productos de panadería y pastelería	Galletas dulces

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de la información del Secretaría de Integración Centroamericana (SIECA), Sistema de estadísticas de Comercio de Centroamérica.

Recuadro II.3. EL COMERCIO INTRARREGIONAL Y LA INFRAESTRUCTURA DE TRANSPORTE

En virtud de que una porción relevante del movimiento de carga entre los países centroamericanos se realiza por carretera, se le ha prestado atención al desarrollo de esta infraestructura. Tener disponible una red de carreteras brinda una mayor conectividad de las economías subregionales, permite explorar más el potencial de la producción exportable y aprovechar las posibilidades de integración entre los países. Con el objetivo de modernizar la infraestructura carretera, el 28 de junio de 2002 los países centroamericanos firmaron el Memorando de Entendimiento de la Red Internacional de Carreteras Mesoamericanas (RICAM) en el marco de cooperación del Proyecto Mesoamérica. Esta red está constituida por 13,132 km de carretera en dos corredores troncales (Pacífico y Atlántico), un corredor de vocación turística, cinco corredores interoceánicos con vocación logística y una serie de vías, ramales y conexiones complementarias. Incluye, además, puentes binacionales y un acuerdo que establece estándares regionales para sus características, equipamiento, mantenimiento, tránsito vehicular y seguridad vial.

A raíz de que por el Corredor Pacífico se transporta cerca del 95% de los bienes comercializados y que esta vía cruza los seis países centroamericanos, se acordó priorizar acciones a fin de convertirlo en una carretera “cinco estrellas”. Este proyecto abrirá nuevas posibilidades para la integración de los países centroamericanos y para elevar la competitividad, al facilitar los flujos de personas y bienes. Como se trata de un proyecto transnacional de infraestructura, es relevante mantener un enfoque regional para la determinación de costos y beneficios entre los distintos países involucrados.

El transporte marítimo de corta distancia (TMCD, o cabotaje subregional) es un modo alternativo de movimiento de carga que reduciría los costos logísticos. Para casi todos los países centroamericanos, el movimiento portuario en contenedores ha presentado un crecimiento medio sostenido, por lo que actualmente se trabaja en el desarrollo de una red de TMCD con las siguientes prioridades: procedimientos aduaneros, facilidades portuarias, legislación y normatividad marítima.

En el interior del Sistema de Integración Centroamericana, la Secretaría de Integración Centroamericana (SIECA) funge como la Secretaría Técnica de la Iniciativa de Transporte del Proyecto Mesoamérica. Los países centroamericanos han elaborado un Estudio Centroamericano de Transporte (ECAT), el cual contiene un Plan Maestro de Desarrollo del Sector Transporte para el período 2001-2010. La región ha avanzado en la mayoría de las recomendaciones del ECAT, con progresos en infraestructura, prestación de servicios

y la actualización de la homologación de las normas técnicas y servicios de transporte terrestre a través de la firma de acuerdos y manuales.

En este sentido, los países del SIECA han suscrito, por una parte, un “Acuerdo Centroamericano sobre Circulación por Carreteras”, cuyo objetivo es unificar el control de los pesos y dimensiones de la flota vehicular de la región (ratificado por Guatemala, El Salvador y Nicaragua); por otra, un “Acuerdo Centroamericano sobre Señales Viales Uniformes”, que contiene normas, criterios y recomendaciones para facilitar y asegurar el movimiento ordenado y seguro (ratificado por Guatemala y El Salvador y en espera de un tercer país para que entre en vigencia en esos países). También se han elaborado y firmado distintos manuales como: Manual Centroamericano de Especificaciones para la Construcción de Carreteras y Puentes Regionales; Manual Centroamericano de Diseño de Pavimentos; Manual Centroamericano de Normas Ambientales para el Diseño, Construcción y Mantenimiento de Carreteras; Manual Centroamericano de Normas para la Revisión Mecánica de Vehículos; Manual Centroamericano de Seguridad Vial; Manual Centroamericano de Normas para el Transporte Terrestre de Mercancías y Residuos Peligrosos; Manual Centroamericano de Mantenimiento de Carreteras con enfoque de gestión de Riesgo y Seguridad Vial; Manual Centroamericano de gestión de riesgo en Puentes; y Manual Centroamericano para el Diseño Geométrico de Carreteras con Enfoque de Gestión de Riesgo y Seguridad Vial.

Fuentes: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Países en el Proyecto Mesoamérica. Tendencias económicas y sociales, Proyecto de Integración y Desarrollo de Mesoamérica, 2011.

_____, Diagnóstico y desafíos de las políticas de infraestructura y transporte en América Latina y el Caribe, inédito.

_____, La discriminación de costos y beneficios en la evaluación de proyectos transnacionales de infraestructura, inédito.

- Proyecto de Integración y Desarrollo de Mesoamérica – Proyecto Mesoamérica, Hojas informativas sobre la Red Internacional de Carreteras Mesoamericanas (RICAM), sobre la Aceleración del Corredor Pacífico, sobre el Transporte Marítimo de Corta Distancia en Mesoamérica y sobre el Sistema de Transporte Multimodal, s/f.

- SIECA (2012), Estado de Situación de la Integración Económica Centroamericana. Guatemala., 2012.

En resumen

- La integración centroamericana ha incentivado tanto los flujos como los tipos de productos que se comercian entre los miembros. Los avances en el perfeccionamiento de la zona de libre comercio y de la conformación de la Unión Aduanera Centroamericana han coadyuvado al crecimiento de sus mutuos intercambios comerciales.
- La importancia del mercado centroamericano como principal destino de exportación es remarcable en países como El Salvador, que destina el 46% de sus exportaciones totales al mercado intrarregional. En materia de importaciones, los países centroamericanos adquieren la mayor parte de sus productos del mercado extrarregional, mientras que las mayores compras en el mercado subregional corresponden a Nicaragua (22% de sus importaciones totales).
- Los países que más comercian entre sí son El Salvador y Guatemala, y ambos constituyen sus principales mercados de exportación a la subregión. Guatemala también es el principal destino de las exportaciones de los países centroamericanos, a excepción de Nicaragua, cuyo principal mercado de destino subregional es Costa Rica.
- El mercado centroamericano se caracteriza por el comercio de productos de baja y mediana tecnología; el 31% de sus exportaciones intrarregionales son de este tipo. Las exportaciones basadas en recursos naturales significan el 29% del comercio interno, seguidas por los productos de mediana tecnología.
- Las bebidas no alcohólicas, los artículos de hierro o acero, la leche y las cremas frescas, entre otros, son productos con una demanda en ascenso, hecho que podrían aprovechar los países centroamericanos para incrementar sus exportaciones intrarregionales.



Capítulo III

COMERCIO INTERNACIONAL DE BIENES

1. Apertura externa

- La firma del Protocolo de Tegucigalpa y la política de regionalismo abierto incentivaron a las economías centroamericanas para abrir sus mercados al comercio internacional. Por una parte, en las décadas de 1980 y 1990, los países disminuyeron unilateralmente sus aranceles, al tiempo que se adhirieron a la Organización Mundial de Comercio (OMC) y comenzaron una serie de negociaciones orientadas a celebrar tratados de libre comercio .

- La política arancelaria centroamericana rige para todos los países del MCCA por medio del Sistema Arancelario Centroamericano, basado en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. En virtud de estas disposiciones, se aplica una política arancelaria de acuerdo con los siguientes niveles: a) 0% para bienes de capital y materias primas no producidas en Centroamérica; b) 5% para materias primas producidas en Centroamérica; c) 10% para bienes intermedios producidos en Centroamérica; y d) 15% para bienes de consumo final. Existen algunas excepciones a estos niveles, ya sea por criterios de carácter fiscal, compromisos multilaterales adquiridos en la OMC, o situaciones propias de alguna rama de la producción centroamericana. (SIECA, 2012)

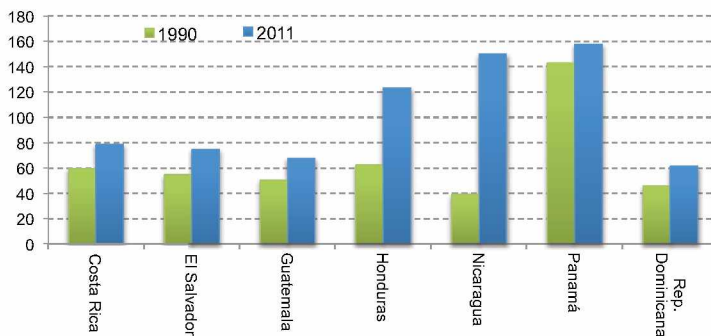
- Respecto de Panamá, el arancel promedio ponderado de nación más favorecida (MFN, por sus siglas en inglés) aplicado en 2009 fue de 15.6% para productos básicos; 3.5% para productos intermedios; 8.73% para productos de consumo; y 5.8% para productos de capital. En 2010 en la República Dominicana este arancel era de 5.7% para bienes básicos; 3.5% para productos intermedios; 9.4% para productos de consumo; y 5.7% para productos de capital. Los niveles arancelarios de ambos países son bastante similares, a excepción del arancel correspondiente a los productos básicos, que es más alto en Panamá.

- El grado de apertura comercial de la subregión, deducido de la relación de las exportaciones e importaciones de bienes y servicios respecto del PIB, es alto especialmente en Honduras, Nicaragua y Panamá (véase el gráfico III-1). Todos los países elevaron su grado de apertura entre 1990 y 2011. Honduras y Nicaragua lo hicieron de manera significativa en 2011: el primer país pasó de un grado de apertura de 61% en 1990 a 122% en 2011, es decir, se duplicó en 21 años. En Nicaragua la apertura se ha más que triplicado al pasar de 38% en 1990 a 149% en 2011. Los restantes

países centroamericanos también han experimentado un aumento en su grado de apertura, aunque con algunas fluctuaciones a lo largo del período, sobre todo en los últimos tres años por efecto de la crisis económica internacional. Panamá presenta el mayor grado de apertura económica, dado que en su caso el comercio internacional desempeña un papel de vital importancia económica. En cambio, en la República Dominicana se registra el menor grado de apertura de la subregión, ya que en 2011 fue de 60%, por el menor peso de su comercio exterior de bienes y servicios frente al PIB, y se logró un incremento de 34% de 1990 a 2011, similar al observado en Costa Rica, El Salvador y Guatemala.

Gráfico III-1. Centroamérica y República Dominicana: indicador de grado de apertura, 1990 y 2011

(Porcentajes de las exportaciones e importaciones de bienes y servicios respecto del PIB)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la base de CEPALSTAT.

- La apertura externa de los países de la subregión ha ido de la mano con la firma de tratados de libre comercio (TLC), cuyo principal objetivo fue facilitar el acceso a mercados específicos y la atracción de inversión extranjera directa. A partir de 1990 los países del

MCCA han firmado TLC con Canadá,⁷ la Comunidad del Caribe (CARICOM⁸), Colombia,⁹ Chile,¹⁰ China,¹¹ Estados Unidos,¹² México,¹³ Panamá,¹⁴ Perú,¹⁵ República Dominicana,¹⁶ Singapur,¹⁷ la provincia china de Taiwán¹⁸ y la Unión Europea.¹⁹

• Los TLC firmados por Panamá fueron con Chile (2008), Estados Unidos (2011), los países del MCCA (de 2003 a 2009), Perú (2011), República Dominicana (1987), Singapur (2006), la provincia china

Mapa III-1. Centroamérica y República Dominicana: tratados de libre comercio, 2011



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la base de la información del Sistema sobre Comercio Exterior. Organización de Estados Americanos (OEA) y otras fuentes oficiales.

de Taiwán (2004) y la Unión Europea (de manera conjunta con los países del MCCA).

• Los TLC de la República Dominicana fueron con CARICOM (2001), el Caribbean Forum (CARIFORUM) y la Unión Europea (2008), Estados Unidos y Centroamérica (2007), Panamá (1987) y Centroamérica (2001 y 2002).

• El Tratado de Libre Comercio de Estados Unidos, Centroamérica y República Dominicana (DR-CAFTA, por sus siglas en inglés) ha significado uno de los acontecimientos económico y político de mayor trascendencia para la región, tanto en materia comercial como en integración centroamericana, debido a que se celebró de manera conjunta con el mayor socio comercial de la región. El DR-CAFTA es un acuerdo de nueva generación, el cual no sólo

⁷ Costa Rica (2002).

⁸ Costa Rica (2005).

⁹ El Salvador y Honduras (2010), Guatemala (2009).

¹⁰ Costa Rica y El Salvador (2002), Honduras (2008).

¹¹ Costa Rica (2002).

¹² El Salvador (2004), Guatemala, Honduras y Nicaragua (2005) y Costa Rica (2009).

¹³ Costa Rica (1995), Nicaragua (1998), El Salvador, Guatemala y Honduras (2001).

¹⁴ Costa Rica (2008), El Salvador (2003), Guatemala, Honduras y Nicaragua (2009).

¹⁵ Costa Rica (2011). El Salvador y Honduras en negociación.

¹⁶ Costa Rica y Nicaragua (2002) y El Salvador, Guatemala y Honduras (2001).

¹⁷ Costa Rica (2010).

¹⁹ Este acuerdo fue firmado por todos los países del Mercado Común Centroamericano, Panamá y la Unión Europea el 19 de mayo de 2010, en la Cumbre de Presidentes y Jefes de Estado de la UE y América Latina.

contiene compromisos en materia de acceso a mercados, sino que también abarca temas como propiedad intelectual, servicios, compras gubernamentales, competencia, aspectos laborales y ambientales, entre otros.

Cuadro III-1. Centroamérica y República Dominicana: tratados de libre comercio, 2011

	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Panamá	Rep. Dominicana
Canadá	Nov 02 E.M.	E.N.	E.N.	Ago 11 F	E.N.	May 10 F	
CARICOM	Nov-05						Dec-01
CARIFORUM-Unión Europea							Dec-08
Colombia		Feb-10	Nov-09	Mar-10		E.N.	
Chile	Feb-02	Jun-02	Mzo-10	Jul-08	Feb-2010 F	Mar-08	
China	Aug-11						
Estados Unidos						Oct-11	
Estados Unidos-RD-CA	Jan-09	Dec-04	Mar-05	Mar-05	Oct-05		Mzo-07
México	Jan-95	Mar-01	Mar-01	Jun-01	Jul-98		
México-Centroamérica	Nov-11 F	Nov-11 F	Nov-11 F	Nov-11 F	Nov-11 F		
Panamá							Jun-87
Panamá-Centroamérica	Nov-08	Apr-03	Jun-09	Jan-09	Nov-09	03*09	
Perú	May-11 F	E.N.	Oct 11 F	E.N.		May-11	
Rep. Dominicana						Jun-87	
Rep. Dominicana-CA	Mar-02	Oct-01	Oct-01	Dec-01	Sep-02		01*02
Singapur	Abr-10 F					Jul-06	
Taiwán		Jan-08	Jul-06	Jul-08	Jan-08	Jan-04	
Unión Europea	Mar-11 F	Mar-11 F	Mar-11 F	Mar-11 F	Mar-11 F	Mar-11 F	

Fuente: CEPAL, sobre la información del Sistema de Información sobre Comercio Exterior, OEA, y otras fuentes oficiales.

Notas: E.N. En Negociación / E.M. En modernización / F: Firma.

- El DR-CAFTA fue el segundo acuerdo negociado de manera conjunta por los países centroamericanos, después del firmado con la República Dominicana. Aun así, algunas de sus cláusulas aplican de forma distinta para los países signatarios, como los calendarios de desgravación, las listas de productos sensibles y las propias de salvedad. También existen diferencias de aplicabilidad del tratado entre los países centroamericanos y Estados Unidos en temas como servicios, inversión y propiedad intelectual. El objetivo de esta diferenciación es que los países centroamericanos se beneficien de las mejoras normativas del tratado y al mismo tiempo se preserven los avances de los acuerdos centroamericanos. (Pacheco y Valerio, 2007)

- El Acuerdo de Asociación con la Unión Europea es el primero que la UE ha firmado de región a región. Las disposiciones sobre

acceso a mercados y otros temas comerciales son similares al DR-CAFTA, pero además se incluye un Acuerdo de Diálogo Político y otro de Cooperación. El Acuerdo marca un hito en la historia de la integración centroamericana porque fue el primer tratado multilateral negociado y firmado conjuntamente por los países centroamericanos. Panamá, que en un principio participó como Estado Observador, se incorporó formalmente a las negociaciones en 2010. Por medio de este documento se busca facilitar y acelerar la integración del Istmo Centroamericano. Actualmente, el texto está siendo traducido en los 21 idiomas oficiales de la Unión Europea y luego será firmado y sometido a aprobación legislativa en ambas regiones.

- En materia comercial, el acuerdo con la UE crea una zona de libre comercio entre la Unión Europea y Centroamérica (incluido Panamá). Por medio de esta negociación Centroamérica tiene la ventaja de haber consolidado las preferencias que actualmente le otorga la

Unión Europea para acceder a su mercado, mediante el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP+). Además, Centroamérica logró incluir productos en el ítem de acceso inmediato, que anteriormente estaban excluidos en el SGP+²⁰, y excluir productos -para ellos sensibles²¹- del programa de desgravación arancelaria.

- En materia de cooperación se creó un programa en el marco de la Facilidad de Inversión de América Latina (LAIF). La ayuda de la Unión Europea se extiende más allá de la asistencia financiera y se pretende alcanzar objetivos como la promoción de la cohesión social y de la integración regional. Durante el período 2007-2013 el programa de cooperación está enfocado en la integración regional, con especial énfasis en el fortalecimiento del sistema institucional; la consolidación de la unión aduanera y la armonización de las políticas comunes; el fortalecimiento del buen gobierno regional y aspectos de seguridad; y la reducción de la vulnerabilidad y mejoras ambientales. La cooperación cuenta con un presupuesto de 75 millones de dólares para ese período, fondos que serán reforzados con otras líneas específicas de la Unión Europea y con líneas regionales y nacionales.
- Basándose en el Acuerdo de Diálogo Político y Cooperación firmado entre la Unión Europea y Centroamérica, y la Unión Europea y Panamá, en diciembre de 2003, con el Acuerdo de Asociación se procura establecer una serie de mecanismos para promover la discusión y el intercambio de información entre la Unión Europea y Centroamérica en temas bilaterales y regionales de interés común. Se persigue también la promoción de valores comunes como el respeto a los principios democráticos, a la protección del medio ambiente, al fortalecimiento del estado de derecho y la buena gobernanza.

Recuadro III.1. PARTICIPACIÓN DE LAS MIPYME EN EL COMERCIO EXTERIOR E INTRARREGIONAL

De acuerdo con el estudio realizado por la CEPAL sobre las PYME en Costa Rica (Monge-González y Rodríguez-Álvarez, 2010), en 2007 sólo el 7% de éstas -formales y semiformales- enviaban su producción o servicios al exterior, y el mercado doméstico era su principal destino de ventas. Con base en las cifras de la Encuesta del Observatorio de MIPYME 2007, el estudio determinó que para

²⁰ Como el maní, aceites y camarones.

²¹ Entre los que se cuentan: carne bovina y porcina, carne de pollo, arroz, frijoles, aceites, cebollas, papas, maíz, embutidos, ron, leche fluida, mantequilla y yogur.

el 68% de las PYME exportadoras, sus transacciones con el exterior equivalían a menos del 40% de sus ventas totales. Las ventas de estas empresas en 2009 representaron el 16% de las exportaciones de Costa Rica al mercado mundial. El principal destino de las exportaciones de las PYME fue América Central (36% de sus exportaciones totales), seguido por Estados Unidos (26%), la Unión Europea (14%) y el Caribe (9%). Los principales productos de exportación de las PYME fueron bienes agrícolas (23% del total), alimentarios (23%), eléctrica y electrónica (15%), químicos y farmacéuticos (12%), plástico (7%) y metal-mecánica (5%). Se carece de información acerca de a qué países y cuáles productos son exportados a Centroamérica; tampoco se tiene conocimiento sobre la participación de las MIPYME en las cadenas de producción regionales o globales.

En El Salvador, como menciona el estudio de la CEPAL (Chorro, 2010), no existe un registro oficial por tamaño de las empresas, ni una encuesta que mida sus características exportadoras. Basándose en diferentes fuentes privadas, el estudio determinó que en 2006 sólo el 7.42% de las PYME exportaron, utilizando en su mayoría insumos nacionales (entre 51% y 70%). El principal mercado de exportación es el centroamericano, al que se destina el 29.4% de sus exportaciones totales. El resto de su mercado de exportación lo constituyen la República Dominicana, Panamá y otros países del Caribe. Se enfatizó el hecho de que se desconoce la existencia de programas de incentivos para la exportación.

En el estudio de las PYME en El Salvador (Chorro, 2010) se identifican como los principales obstáculos que éstas enfrentan para exportar: a) los altos costos de producción, b) la tecnología no apropiada, c) la poca capacitación y formación del recurso humano, y d) problemas financieros.

En la República Dominicana, según un estudio del proyecto de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo internacional -USAID- (Jiménes, 2009), el 0.3% de las MIPYME exportaron en el año 2007. La participación de estas empresas en las exportaciones totales del país fue de 21%, el 79% restante fue realizado por las grandes empresas. El primer destino de exportación de las MIPYME fue Estados Unidos, al que se envió el 4.61% de las exportaciones totales de estas empresas, en segundo lugar en 2007 fue Haití (2.98% de las exportaciones totales); luego Bélgica (1.64%), Puerto Rico (1.42%), Reino Unido (1.07%), provincia china de Taiwán (1%). En Centroamérica, los princi-

pales compradores fueron Panamá (undécimo destino), Costa Rica (17° destino), Honduras y Guatemala. A estos países se vendieron bienes de origen agrícola (por parte de la microempresas) e industriales (por parte de las pequeñas y medianas empresas).

Sobre el resto de los países no existe información disponible que permita estudiar la participación de las MIPYME en el comercio exterior y su contribución al proceso de integración centroamericana. Los organismos regionales como SIECA, SICA y CENPRO-MYPE, ni las entidades nacionales cuentan con datos para efectuar esos análisis, como tampoco las entidades nacionales.

Es importante apoyar a las MIPYME para que se inserten en los mercados regionales ya que tienen un papel fundamental en la generación de empleo y en la extensión de la propiedad. Dado que muchas de estas empresas no son exportadoras finales sino que participan del comercio internacional por conducto de su inserción en cadenas de valor regionales o globales, el análisis de cadenas para los productos centroamericanos de exportación es el que permitiría no sólo determinar los volúmenes y los precios de las transacciones sino también conocer a profundidad quiénes participan en ellas y las relaciones en los acuerdos y contratos de trabajo.

2. Comercio de bienes: flujos y principales socios

- La liberalización comercial y el fortalecimiento de la integración centroamericana han coadyuvado a incrementar el comercio intra y extra regional. En el gráfico III-2 se exponen datos sobre el aumento constante en sus flujos comerciales, aunque destaca la mayor proporción de las importaciones de bienes en relación con las correspondientes a las exportaciones, principalmente en los casos de Costa Rica, Panamá y la República Dominicana. Sin embargo, en términos de crecimiento, las exportaciones han aumentado más que las importaciones de 2001 a 2011, en todos los países de la sub-región, salvo en Costa Rica y Honduras, cuya tasa de crecimiento promedio anual de las importaciones de bienes fue de 1.7 y 0.05 puntos porcentuales, respectivamente, mayor que el registrado en las exportaciones de bienes.
- Entre 2001 y 2011 las exportaciones de bienes de los países del MCCA pasaron de 10,184 millones de dólares a 27, 570 millones de dólares, esto es, una tasa de crecimiento promedio anual de 10.5%. A nivel país, en este período la mayor tasa de crecimiento promedio anual se registró en Panamá (32.7%), seguido por la

República Dominicana (22.3%), Nicaragua (15.7%), El Salvador (13%), Honduras (11.5%), Guatemala (11.3%) y Costa Rica (8%).

- El mayor exportador de bienes de la subregión en 2011 fue Panamá, que vendió al mundo un total de 27, 570 millones de dólares, según cifras del COMTRADE²² (incluye reexportaciones de la Zona Libre de Colón). En el interior del MCCA, el mayor exportador es Costa Rica, cuyas ventas mundiales ascendieron a 10,219 millones de dólares en 2011, de acuerdo con cifras de SIECA, que no incluyen maquila.

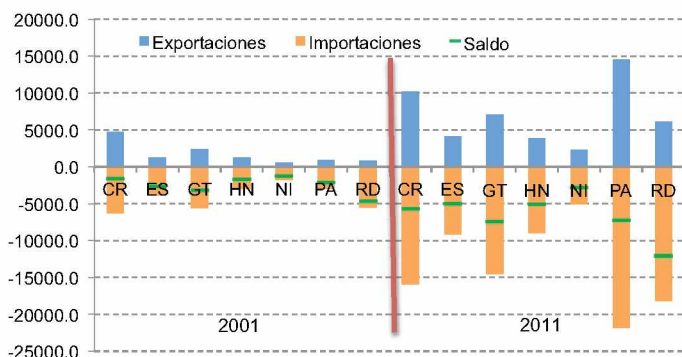
- Costa Rica fue el único país de la subregión cuya tasa promedio anual de las importaciones de bienes fue mayor que el de sus exportaciones de bienes; no obstante, Panamá registró una tasa de crecimiento promedio de las importaciones de bienes (22%) más elevada que Costa Rica; a continuación se ubicaron la República Dominicana (12.7%), Honduras (11.6%), Nicaragua (11%), Guatemala (10%), Costa Rica (9.8%), y El Salvador (9%).

- De nuevo en 2011 Panamá aventaja como importador de la subregión (21,801 millones de dólares), seguido por la República Dominicana (18,156 millones de dólares), Costa Rica (15,921 millones de dólares) y Guatemala (14,535 millones de dólares). Por su parte, Costa Rica adquirió en 2011 el 29.7% de las compras de bienes totales del MCCA, seguido por Guatemala (27.1%), El Salvador (17%), Honduras (16%) y Nicaragua (9.4%).

²² COMTRADE es la base de datos de las Naciones Unidas sobre el comercio de las *commodities*.

Gráfico III-2. Centroamérica y República Dominicana: balanza comercial de bienes, 2001-2011

(Millones de dólares)

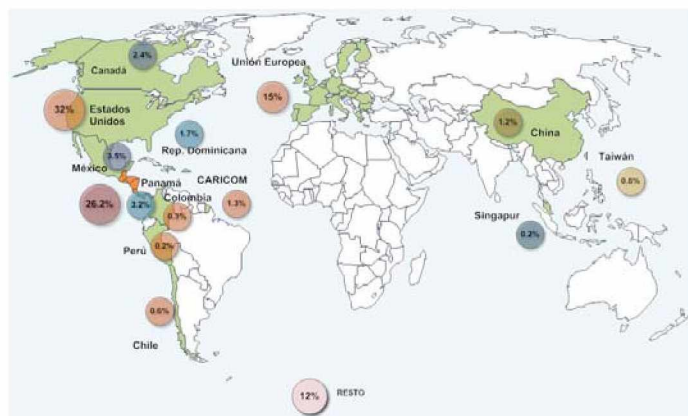


Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la base de la información de la Secretaría de Integración Centroamericana (SIECA), Sistema de estadísticas de Comercio de Centroamérica, para los países Centroamericanos y COMTRADE para Panamá y República Dominicana.

- Todos los países de la subregión arrojan déficit en el comercio internacional de bienes (véase el gráfico III-2). En 2011 el mayor déficit comercial se reportó en la República Dominicana con un monto de 12,044 millones de dólares, cerca de tres veces más que el registrado en 2001. A continuación, con un monto de 7,474 millones de dólares se colocó Guatemala, suma un poco más del doble que la correspondiente a 2001 (3,195 millones de dólares). Panamá, aun cuando exhibe los montos más altos de comercio exterior, en 2011 fue el tercer país de la subregión con el mayor déficit en el comercio de bienes (7,247 millones de dólares), cifra muy similar a la registrada por Guatemala. El déficit comercial de Costa Rica en 2011 fue de 5,702 millones de dólares, monto que triplica al de 2001. Los déficit de El Salvador (5,010 millones de dólares) y Honduras (5,052 millones de dólares) en 2011 presentaron registros similares; aun así se debe acotar que el incremento de El Salvador fue mayor al de Honduras entre 2001 y 2011. Nicaragua obtuvo el menor déficit comercial en 2011, de 2,766 millones de dólares.

Mapa III-2. MCCA: exportaciones de bienes por socios comerciales, 2011

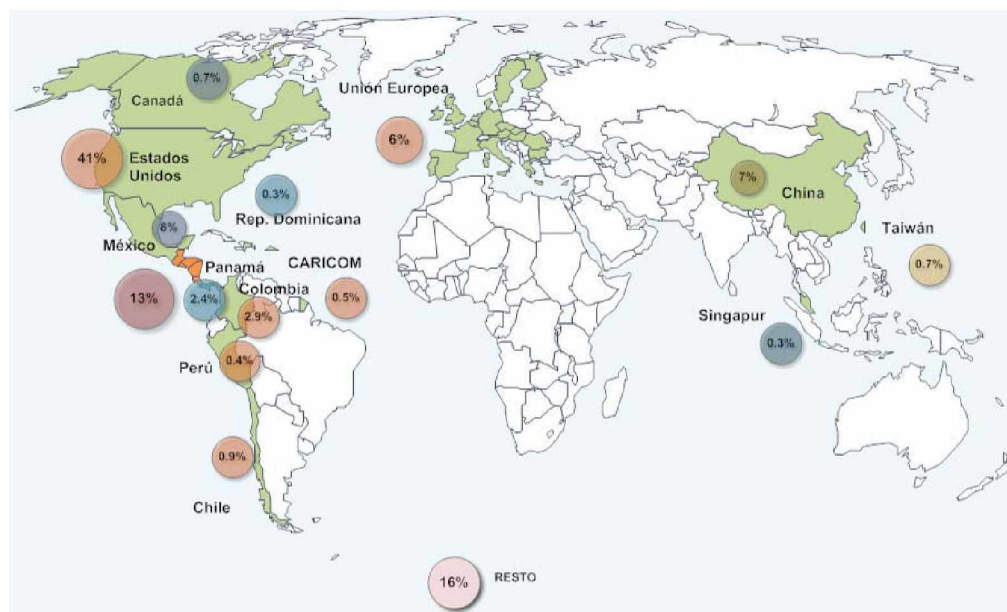
(Porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la base de la información de la Secretaría de Integración Centroamericana (SIECA), Sistema de estadísticas de Comercio de Centroamérica.

- Como se aprecia en el mapa III-2, el 32% de las exportaciones de los países del MCCA se destinaron al mercado de Estados Unidos en 2011, mientras el propio mercado regional fue el segundo destino (26%), luego la Unión Europea (15%), México (3.5%), Panamá (3.2%), Canadá (2.4%), República Dominicana (1.7%), CARICOM (1.3%), China (1.2%), provincia china de Taiwán (0.8%), Chile (0.6%), Colombia (0.3%), Perú (0.2%) y Singapur (0.2%). A los países con los que los gobiernos del MCCA (todos o algunos de ellos) no tienen acuerdo comercial se destina el restante 12%. Luego, si bien estos países tienen acuerdos firmados con sus más importantes mercados de exportación, ello no ocurre en todos los casos.

- En 2011 Panamá destinó el 26.3% de sus exportaciones a los Estados Unidos, seguido de Venezuela (17.7%), Colombia (12.8%), Costa Rica (4.5%), Ecuador (4%), República Dominicana (3.8%), Guatemala (3.2%), Honduras (2.5%), El Salvador (2%) y Japón (2%). Al resto del mundo Panamá envió el 21% de sus exportaciones de bienes, mientras que el MCCA en su conjunto recibió el 13.7%.

Mapa III-3. MCCA: Importaciones de bienes por socios comerciales, 2011*(Porcentajes)*

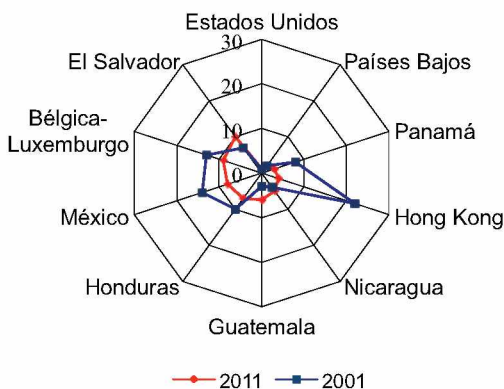
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la base de la información de la Secretaría de Integración Centroamericana (SIECA), Sistema de estadísticas de Comercio de Centroamérica.

- En 2011, la República Dominicana destinó el 55% de sus exportaciones de bienes a los Estados Unidos, el 16.6% a Haití, 5.4% a China, 2.1% a los Países Bajos, 1.9% al Reino Unido, 1.4% a Bélgica, 1.3% a Venezuela, 1.2% a Nigeria, 1% a Alemania y 0.9% a Honduras; al resto de los socios comerciales se dirigió el 13.7% de sus exportaciones de bienes, en tanto que al MCCA correspondieron el 2.2%.
- Las importaciones de bienes de la subregión en 2011 estuvieron más concentradas en un solo mercado que las exportaciones, en este caso, los Estados Unidos, al que se le compraron el 41% de los bienes adquiridos internacionalmente. El segundo en este rubro en 2011 fue la propia subregión (13.1%). Luego figuraron México (8%), China (7%), la Unión Europea (6%), Colombia (3%), Panamá (2.4%), Chile (1%), provincia china de Taiwán y Canadá (0.7%, cada uno),

CARICOM (0.5%), Perú (0.4%), República Dominicana (0.3%) y Singapur (0.3%). Del resto de los países, la subregión adquirió el 15.8% remanente.

- Como se nota en los mapas III-2 y III-3, la localización geográfica es un elemento importante en la intensificación de los flujos comerciales del MCCA, sobre todo en lo que a las importaciones se refiere. Cerca del 68% de sus exportaciones están concentradas en sus vecinos más próximos; en cambio, respecto de las importaciones la participación de la cercanía geográfica se eleva a 70%. Aun así, China se está convirtiendo en uno de sus principales mercados de adquisición de bienes.

Gráfico III-3. Costa Rica: cambio de posición de los principales socios comerciales, 2001-2011

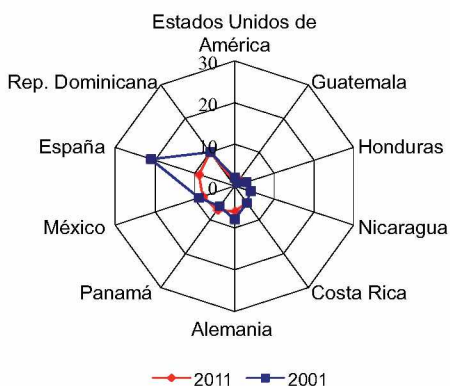


Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la base de la información de la Secretaría de Integración Centroamericana (SIECA), Sistema de estadísticas de Comercio de Centroamérica.

- En 2011 Panamá adquirió el 26.2% de sus importaciones en China, seguido de los Estados Unidos (18.6%), Singapur (15.7%), México (3.9%), Hong Kong (3.2%), Costa Rica (2.8%), Colombia (2.6%), Japón (2.3%), República de Corea (2.1%) y España (1.9%). Del resto del mundo provino el 20.7% de sus importaciones de bienes, mientras que en el MCCA en su conjunto se obtuvo el 4.5%.

- En 2011 la República Dominicana adquirió el 42% de sus importaciones de bienes en los Estados Unidos, seguido por China (9.8%), Venezuela (6.8%), México (6%), Trinidad y Tabago (4.6%), Colombia (4%), España (2.3%), Brasil (2.3%), Curaçao (1.7%), Alemania (1.6%) y del resto del mundo el 18.9%. Del MCCA en su conjunto compró el 2.9% de bienes.

Gráfico III-4. El Salvador: cambio de posición de los principales socios comerciales, 2001-2011



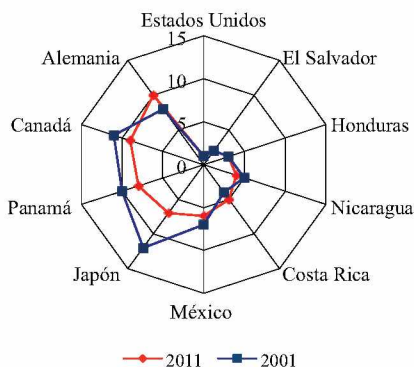
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la base de la información de la Secretaría de Integración Centroamericana (SIECA), Sistema de estadísticas de Comercio de Centroamérica.

- En cuanto a las respectivas relaciones bilaterales, empezando por Costa Rica, se nota en el gráfico III-3 cómo en la última década el país ha cambiado la estructura de sus principales socios comerciales. En la línea azul del gráfico se observa la posición de sus mercados de exportación en 2001: Hong Kong en la posición 22, México en la 14 y Bélgica en la 13. En 2011 (línea roja) estos países ya se habían colocado entre los primeros diez mercados de exportación: Hong Kong en la posición 4, México en la 8 y Bélgica en la 9. También sobresale el avance de Panamá y Honduras entre 2001 y 2011: el primero se había desplazado de la posición 8 a la 3, y el segundo, de la posición 10 a la 7. Estados Unidos fue el principal mercado de exportación de Costa Rica, con el 36.8% de sus ventas en 2011. Al resto de sus diez socios se remitieron el 37% de sus exportaciones.

- En el Salvador la modificación de la estructura de sus mercados de exportación entre 2001 y 2011 fue menor que en Costa Rica. En el gráfico III-4 se observa sólo el ingreso de España a los diez principales mercados de exportación, que en 2011 llegó a la posición 9, a partir de la 21 en 2001. Entre los demás socios comerciales, sólo hubo un reacomodo: Panamá bajó una posición, Alemania avanzó dos (de la 8 a la 6) y México adelantó un lugar. El resto de los países conservó su anterior posición. Así, Estados

Unidos volvió a ser el principal mercado de sus bienes, con el 32% de las exportaciones totales de El Salvador. Los otros diez socios reciben el 57.3% de sus exportaciones, y este dato evidencia la alta concentración del mercado de El Salvador.

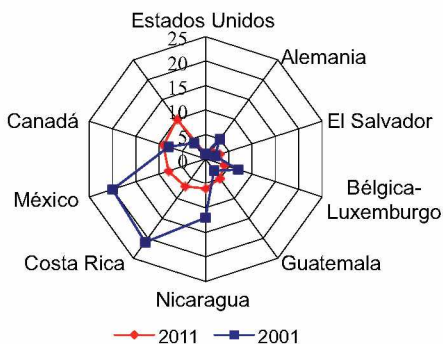
Gráfico III-5. Guatemala: cambio de posición de los principales socios comerciales, 2001-2011



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la base de la información de la Secretaría de Integración Centroamericana (SIECA), Sistema de estadísticas de Comercio de Centroamérica.

- En Guatemala (véase el gráfico III-5) el cambio en la estructura de sus mercados de exportación también es leve. Entre 2001 y 2011 sólo Canadá y Japón ingresaron a la lista de los diez primeros mercados de exportación, al pasar de la posición 11 a la 9, y de la 12 a la 7, respectivamente. En el mismo período, Nicaragua avanzó una posición, Costa Rica descendió una; México adelantó una, Panamá dos y Alemania dos. Siguiendo el patrón regional, Guatemala concentró la mayor parte de sus exportaciones en los Estados Unidos, al que se dirigió el 25.6% de sus ventas. El resto de sus diez socios sumaron el 52% de sus ventas externas. La concentración de mercado de Guatemala es algo menor que la de El Salvador y similar a la de Costa Rica.

Gráfico III-6. Honduras: cambio de posición de los principales socios comerciales, 2001-2011



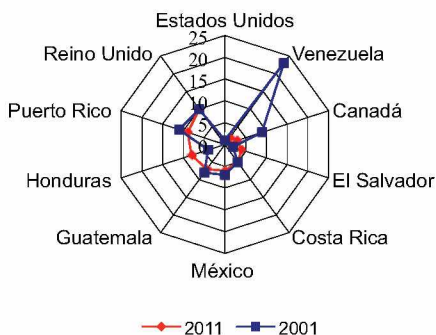
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la base de la información de la Secretaría de Integración Centroamericana (SIECA), Sistema de estadísticas de Comercio de Centroamérica.

- En el gráfico III-6, correspondiente a las exportaciones de Honduras, sobresale el aumento de las enviadas a México, Costa Rica y Nicaragua. Costa Rica pasó de la posición 21 en 2001, a la 7 en 2011; mientras que México avanzó de la posición 20 a la 8, y Nicaragua de la 12 a la 6, en los mismos años. En el interior de los diez principales destinos de exportación también se registraron movimientos importantes entre 2001 y 2011, como el avance de Alemania de la posición 5 a la 2, el de Bélgica de la 7 a la 4, y el de Reino Unido de la 4 a la 10. El resto de los países mantuvieron su posición. Estados Unidos a la cabeza de las exportaciones hondureñas, con el 32.8% de las ventas. Los otros nueve principales mercados sumaron el 45.6% de las exportaciones totales del país. La concentración de mercado de exportación de bienes (78.4%) en sus diez principales socios es similar a la de Guatemala.

- En la estructura de exportación de Nicaragua se destaca el ascenso en importancia del mercado venezolano (véase el gráfico III-7), país que de la posición 23 en 2001 se ubicó en la 2 en 2011. Canadá también presentó un cambio importante al avanzar de la posición 9 a la 3, en el mismo lapso. En el resto de los países, México pasó de la posición 7 a la 6 y Guatemala de la 8 a la 7. Los únicos retrocesos de posición en ese período correspondieron a Honduras

(de la posición 4 a la 8) y El Salvador (de la 2 a la 4). El porcentaje de exportaciones que Nicaragua destina al mercado de los Estados Unidos (25.6%) es el segundo más bajo de la subregión, después de Guatemala.²³ Los nueve socios restantes recibieron el 52.3% de sus exportaciones.

Gráfico III-7. Nicaragua: cambio de posición de los principales socios comerciales, 2001-2011

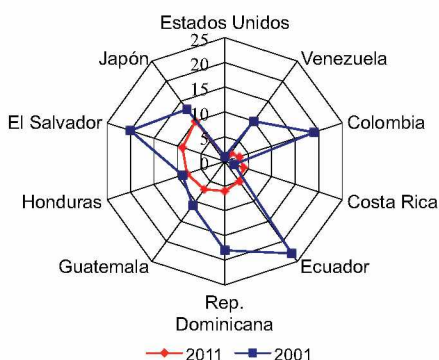


Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la bases de la información del Secretaría de Integración Centroamericana (SIECA), Sistema de estadísticas de Comercio de Centroamérica.

• Panamá también ha experimentado una significativa reestructuración de sus mercados de exportación (véase el gráfico III-8). Así, Ecuador pasó de la posición 23 en 2001, a la posición 5 en 2011, como mercado destino de las exportaciones de bienes panameños; El Salvador de la 20 a la 9; Colombia de la 19 a la 3; la provincia china de Taiwán de la 16 a la 6; Suecia de la 15 a la 5; República Dominicana de la 18 a la 6; Japón de la 13 a la 10; y Guatemala de la 11 a la 7. El resto de los países sólo tuvo un ligero reacomodo. Estados Unidos siguió manteniendo la primera posición como destino de exportación de Panamá, con el 26.3% de sus ventas exteriores totales en 2011. Entre sus otros nueve socios comerciales, Panamá colocó el 52.4% de sus exportaciones de bienes.

²³ Se ha de tener en cuenta que los datos de comercio de la Base del SIECA no incluyen datos de maquila.

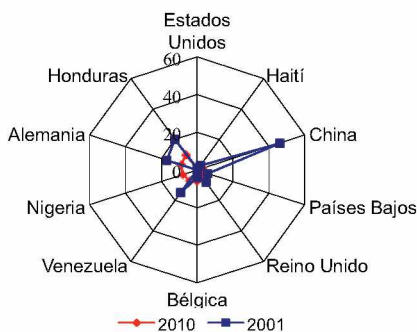
Gráfico III-8. Panamá: cambio de posición de los principales socios comerciales, 2001-2011



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de la información de COMTRADE.

- Finalmente, en la República Dominicana resalta el espectacular ascenso de China como mercado para sus exportaciones, ya que avanzó de la posición 46 en 2001 a la 3 en 2011. Otros países que en ese mismo lapso se posicionaron entre sus diez principales socios fueron: Honduras de la posición 20 a la 10; Alemania de la 17 a la 9 y Venezuela de la 15 a la 7. También llama la atención la aparición de Nigeria en 2011 como uno de sus principales diez destinos de exportación. El 54.5% de las exportaciones dominicanas se dirigen a los Estados Unidos y el 16.7% a Haití. Sus otros ocho socios comerciales suman el 15.2% de sus exportaciones totales, lo que indica la mayor concentración de sus exportaciones en sólo dos mercados.

Gráfico III-9. República Dominicana: cambio de posición de los principales socios comerciales, 2001-2011



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de la información de COMTRADE.

3. Principales productos de exportación e importación

Exportaciones

- Los principales bienes de exportación de los países del MCCA en 2011 a nivel de capítulo (dos dígitos del Sistema Armonizado) fueron café, té, yerba mate y especias; frutas y frutos comestibles; máquinas, aparatos y material eléctrico; azúcares y artículos de confitería; e instrumentos y aparatos de óptica, fotografía y cinematografía. Estos cinco capítulos representaron el 43% de las exportaciones de la subregión al mundo, lo cual sugiere que hay progresos en materia de diversificación de la canasta exportadora (véase el cuadro III-2).
- En cuanto a la intensidad tecnológica, las exportaciones de bienes del MCCA en 2010²⁴ fueron principalmente bienes primarios (29% del total); 25% correspondieron a manufacturas de baja tecnología, 20% a manufacturas basadas en recursos naturales, 12% a manufacturas de mediana tecnología y 12% a manufacturas de alta tecnología. De 2001 a 2010, el MCCA aumentó sus exportaciones de manufacturas de baja tecnología, al mismo tiempo que mantuvo casi en el mismo nivel el resto de sus exportaciones (véase el gráfico III-10).
- En 2011 el 24% de las exportaciones de Costa Rica fueron máqui-

²⁴ Último año disponible para la mayoría de los países del MCCA.

nas, aparatos y material eléctrico, seguidas por las frutas y frutos comestibles (16%), los instrumentos y aparatos de óptica (12%), el café (8%) y las preparaciones alimenticias (4%). Estos cinco grupos de productos sumaron en ese año el 64% de sus exportaciones mundiales. La mayor parte de estas exportaciones fueron clasificadas como productos primarios y de alta tecnología (véanse el cuadro III-2 y el gráfico III-11).

- Los cinco grupos de productos de exportación más importantes para El Salvador en 2011 fueron: las prendas de vestir de punto (19%), el café y el té (11%), el plástico y sus manufacturas (7%), el papel y cartón (6%) y los azúcares y confitería (5%). Estos bienes sumaron en 2011 el 48% del total de las exportaciones de El Salvador. En 2010, el 56% de sus exportaciones se clasificaron como productos de baja tecnología y 7% como bienes primarios (véanse el cuadro III-2 y el gráfico III-11).

Cuadro III-2. Centroamérica y República Dominicana: principales bienes de exportación al mundo, 2011

(Capítulo, descripción y porcentaje)

Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras
85 Máquinas, aparatos y material eléctrico (24%)	61 Prendas de vestir de punto (19%)	09 Café, té y yerba mate (21%)	09 Café, té y yerba mate (35%)
08 Frutas y frutos comestibles (16%)	09 Café, té y yerba mate (11%)	17 Azúcares y artículos de confitería (18%)	08 Frutas y frutos comestibles (12%)
90 Instrumentos y aparatos de óptica (12%)	39 Plástico y sus manufacturas (7%)	08 Frutas y frutos comestibles (8%)	03 Pescados y crustáceos (7%)
09 Café, té y yerba mate (8%)	48 Papel y cartón y sus manufacturas (6%)	27 Combustible minerales (7%)	15 Grasas y aceites animales y vegetales (7%)
21 Preparaciones alimenticias diversas (4%)	17 Azúcares y artículos de confitería (5%)	15 Grasas y aceites animales y vegetales (5%)	71 Perlas finas, piedras preciosas (5%)
Nicaragua	MCCA	Panamá	Rep. Dominicana
02 Carne y despojos comestibles (19%)	09 Café, té yerba mate (15%)	29 Químicos orgánicos (25%)	90 Instrumentos y aparatos de óptica (11%)
09 Café, té y yerba mate (19%)	08 Frutas y frutos comestibles (10%)	85 Máquinas, aparatos y material eléctrico (10%)	72 Hierro y acero (10%)
71 Perlas finas, piedras preciosas (16%)	85 Máquinas, aparatos y material eléctrico (9%)	30 Productos farmacéuticos (9%)	85 Máquinas, aparatos y material eléctrico (8%)
17 Azúcares y artículos de confitería (8%)	17 Azúcares y artículos de confitería (5%)	62 Artículos de confección no de punto (9%)	24 Tabaco y sucedáneos de tabaco (7%)
03 Pescados y crustáceos (6%)	90 Instrumentos y aparatos de óptica (5%)	64 Calzado (8%)	61 Prendas de vestir de punto (6%)

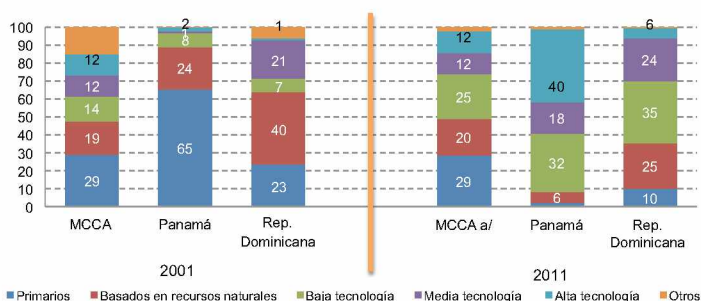
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la base de la información de la Secretaría de Integración Centroamericana (SIECA), Sistema de estadísticas de Comercio de Centroamérica, para los países Centroamericanos y COMTRADE para Panamá y República Dominicana.

- En 2011 Guatemala concentró el 59% de sus exportaciones mundiales en cinco capítulos del Sistema Armonizado: el café (21%), los azúcares y confitería (18%), las frutas y frutos comestibles (8%), los combustibles minerales (7%) y las grasas y aceites vegetales y animales (5%). En ese mismo año, el 42% de sus exportaciones totales se clasificaron como bienes primarios, 21% como bienes basados en recursos naturales y sólo 3% como bienes de alta tecnología (véanse el cuadro III-2 y el gráfico III-11).

- En 2011 el 66% de las exportaciones de bienes de Honduras se concentraron en cinco grupos de productos: café (35%), las frutas y frutos comestibles (12%), pescados y crustáceos (7%), las grasas y aceites vegetales y animales (7%) y las perlas finas y piedras preciosas (5%). En 2009, último año disponible en la base SIGCI Plus de la CEPAL,

el 45% de sus exportaciones se clasificaron como bienes primarios y 17% como bienes basados en recursos naturales, mientras que los bienes de alta tecnología significaron sólo el 1% (véanse el cuadro III-2 y el gráfico III-11).

Gráfico III-10. Centroamérica y República Dominicana: exportaciones totales de bienes por tipo de producto, 2001 y 2011
(Porcentajes)

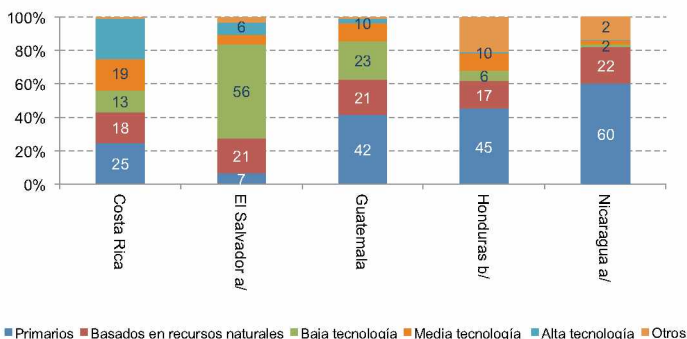


Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) SIGCI PLUS. a/ Último año disponible 2010.

- En Nicaragua los cinco principales capítulos del Sistema Armonizado de exportación mundial en 2011 fueron: la carne y despojos comestibles (19%), el café (19%), las perlas finas y piedras preciosas (16%), los azúcares y confitería (8%) y los pescados y crustáceos (6%). Estos bienes sumaron en ese año el 68% de las exportaciones totales de Nicaragua. El país se distingue por su alta especialización en productos primarios: el 60% de sus exportaciones mundiales en 2010 se clasificaron como bienes primarios y 22% como bienes basados en recursos naturales.

Gráfico III-11. MCCA: exportaciones totales de bienes por país y por tipo de producto, 2011

(Porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la base de la información del COMTRADE, WITS, World Bank.

- En 2011, sólo el 2% de las exportaciones de Panamá se clasificaron como productos primarios, mientras que el mayor porcentaje (40%) consistió en productos de alta tecnología. A nivel de capítulo, la venta de productos químicos orgánicos significó el 25% de sus exportaciones totales en 2011, seguida por las máquinas, aparatos y material eléctrico (10%), los productos farmacéuticos (9%), los artículos de confección de punto (9%) y el calzado (8%). (Véanse el cuadro III-2 y el gráfico III-10).

- Entre las exportaciones de bienes de la República Dominicana sobresale la venta de productos de baja tecnología, que en 2011 representaron el 35% de sus exportaciones totales. Le siguieron en importancia los productos basados en recursos naturales (25%), los de mediana tecnología (24%) y los de alta tecnología (6%). En ese año los cinco principales productos de exportación a nivel de capítulo fueron: los instrumentos y aparatos de óptica (11%); el hierro y el acero (10%), las máquinas, aparatos y material eléctrico (8%); tabaco y sus sucedáneos (7%); y prendas de vestir (6%). Todos estos productos sumaron el 42% de las exportaciones dominicanas al mundo.

Importaciones

- Los principales bienes de importación del MCCA, a nivel de capítulo, en 2011 fueron: el combustible mineral (20%), las máqui-

nas, aparatos y material eléctrico (11%), las máquinas y artefactos mecánicos (8%), los vehículos terrestres, partes y accesorios (5%) y los plásticos y sus manufacturas (5%), productos que representaron el 49% de las importaciones de la subregión, una concentración ligeramente mayor que la observada en sus exportaciones (véase el cuadro III-3).

- La mayor parte de las importaciones mundiales del MCCA en 2010 fueron clasificadas como bienes basados en recursos naturales y bienes de mediana tecnología, composición similar a la observada en República Dominicana en 2011 y diferente a la de Panamá en el mismo año, cuando la mayor parte de sus importaciones fueron de bienes de baja y alta tecnología (véase el gráfico II-12).

- En el caso de Costa Rica, el 20% de sus importaciones mundiales en 2011 fueron de máquinas, aparatos y material eléctrico, seguidas por combustibles minerales (14%), máquinas, aparatos y artefactos mecánicos (8%), plástico y sus manufacturas (6%) y vehículos terrestres, partes y accesorios (5%). Estos cinco grupos de productos sumaron en 2011 el 53% de sus importaciones mundiales. La mayor parte de estas importaciones fueron clasificadas como productos de mediana tecnología, en 2011 (véanse el cuadro III-3 y el gráfico III-13).

Cuadro III-3. Centroamérica y República Dominicana: principales bienes de importación desde el mundo, 2011

(Capítulo, descripción y porcentaje)

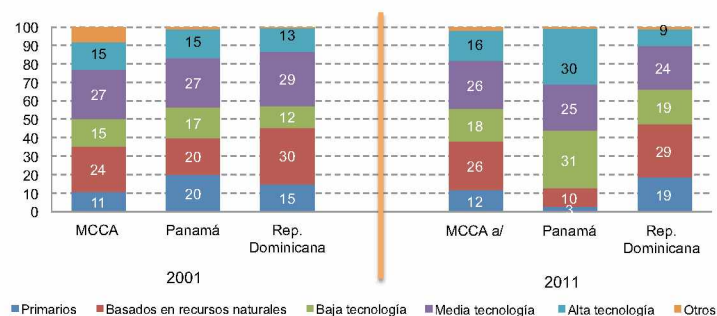
Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras
85 Máquinas, aparatos y material eléctrico (20%)	27 Combustible minerales (19%)	27 Combustible minerales (23%)	27 Combustible minerales (24%)
27 Combustible minerales (14%)	84 Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos (7%)	84 Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos (8%)	84 Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos (8%)
84 Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos (8%)	85 Máquinas, aparatos y material eléctrico (6%)	85 Máquinas, aparatos y material eléctrico (8%)	85 Máquinas, aparatos y material eléctrico (7%)
39 Plástico y sus manufacturas (6%)	39 Plástico y sus manufacturas (6%)	87 Vehículos terrestres, partes y accesorios (7%)	87 Vehículos automóviles (5%)
87 Vehículos terrestres, partes y accesorios (5%)	30 Productos farmacéuticos (4%)	39 Plástico y sus manufacturas (5%)	30 Productos farmacéuticos (5%)
Nicaragua	MCCA	Panamá	Rep. Dominicana
27 Combustible minerales (22%)	27 Combustible minerales (20%)	29 Productos químicos orgánicos (16%)	27 Combustible minerales (26%)
85 Máquinas, aparatos y material eléctrico (8%)	85 Máquinas, aparatos y material eléctrico (11%)	85 Máquinas, aparatos y material eléctrico (10%)	84 Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos (8%)
84 Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos (7%)	84 Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos (8%)	84 Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos (9%)	85 Máquinas, aparatos y material eléctrico (7%)
30 Productos farmacéuticos (7%)	87 Vehículos terrestres, partes y accesorios (5%)	62 Prendas de vestir, no de punto (7%)	39 Plástico y sus manufacturas (6%)
87 Vehículos automóviles (6%)	39 Plástico y sus manufacturas (5%)	87 Vehículos terrestres, partes y accesorios (6%)	87 Vehículos terrestres, partes y accesorios (4%)

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la base de la información de la Secretaría de Integración Centroamericana (SIECA), Sistema de Estadísticas de Comercio de Centroamérica, para los países Centroamericanos y COMTRADE para Panamá y República Dominicana.

- Los cinco grupos de productos de importación de mayor peso para El Salvador en 2011 fueron: los combustibles minerales (19%), máquinas, aparatos y artefactos mecánicos (7%), material eléctrico (6%), plástico y sus manufacturas (6%) y productos farmacéuticos (4%). Estos bienes sumaron el 42% del total de las adquisiciones de El Salvador. De acuerdo con la clasificación de la CEPAL, el 60% de sus importaciones corresponden a productos basados en recursos naturales y de baja y mediana tecnología (véanse el cuadro III-3 y el gráfico III-13).

Gráfico III-12. Istmo centroamericano y República Dominicana: importaciones totales de bienes portipo de producto, 2001 y 2011

(Porcentajes)

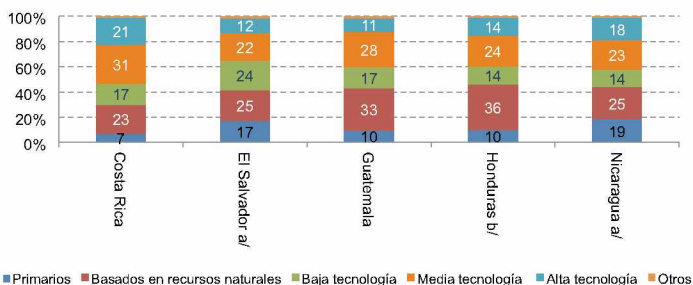


Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) SIGCI PLUS. a/ Último año disponible 2010.

- Guatemala concentró en 2011 el 51% de sus importaciones mundiales en cinco capítulos del Sistema Armonizado Centroamericano: combustibles minerales (23%), máquinas y artefactos mecánicos (8%), maquinas y material eléctrico (8%), vehículos (7%) y plásticos y sus manufacturas (5%). La mayoría de sus importaciones se clasifican como productos basados en recursos naturales (véanse el cuadro III-3 y el gráfico III-13).

- Honduras presenta casi la misma estructura que Guatemala respecto de sus principales productos de importación a nivel de capítulo, a excepción del último capítulo. Sus principales productos de importación en 2011 fueron: combustibles minerales (24%), máquinas y artefactos mecánicos (8%), maquinas y material eléctrico (7%), vehículos (5%) y productos farmacéuticos (5%). En 2009, último año disponible en la base SIGCI Plus de la CEPAL, el 36% de sus compras se clasificaron como basadas en recursos naturales, al igual que Guatemala (véanse el cuadro III-3 y el gráfico III-13).

Gráfico III-13. MCCA: importaciones totales de bienes por país y por tipo de producto, 2011
(Porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la base de la información del COMTRADE, WITS, World Bank.

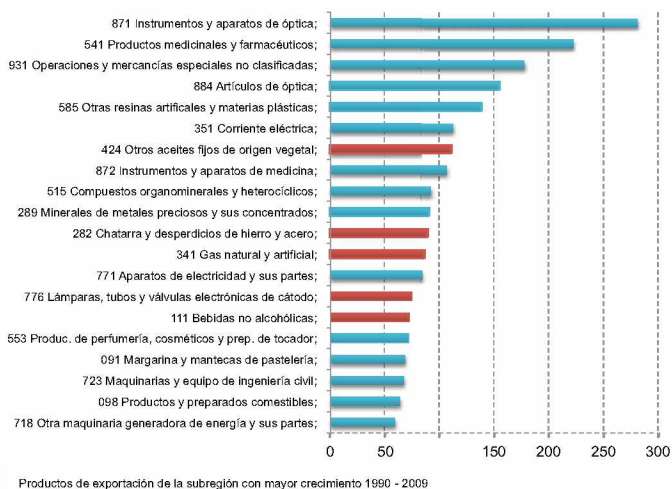
- En el caso de Nicaragua también existe una fuerte similitud con Honduras. Sus cinco principales capítulos del Sistema Armonizado de importación mundial en 2011 fueron: combustibles minerales (22%), máquinas y material eléctrico (8%), máquinas y artefactos mecánicos (7%), productos farmacéuticos (7%) y vehículos (6%). Estos cinco tipos de productos sumaron en 2011 el 50% de las importaciones totales de Nicaragua. En 2010, el 49% de sus importaciones mundiales se clasificaron como bienes basados en recursos naturales (25%) y de mediana tecnología (23%).
- A nivel de capítulo, las importaciones de Panamá consistieron principalmente en: productos químicos orgánicos (16%), máquinas, aparatos y material eléctrico (10%), máquinas, aparatos y artefactos mecánicos (9%), prendas de vestir no de punto (7%) y vehículos terrestres (6%). (Véase el cuadro III-3).
- Finalmente, los principales grupos de productos de importación de la República Dominicana en 2011 fueron: combustibles minerales (26%), máquinas y artefactos mecánicos (8%), máquinas y material eléctrico (7%), plásticos y sus manufacturas (6%) y vehículos y sus partes y accesorios (4%). Como se advierte, se trata de una estructura muy similar al resto de los países de la subregión (véanse el cuadro III-3 y el gráfico III-12).

4. Competitividad mundial exportadora

• Uno de los programas que la CEPAL ha desarrollado para analizar la competitividad de un país o grupo de países por medio del desempeño exportador de bienes en los mercados internacionales es el Análisis de Competitividad de las Naciones (TradeCAN, por sus siglas en inglés). En este programa se analizan los cambios en las cuotas de mercado, los porcentajes de exportación y la especialización de uno o varios países en el mercado internacional o en algunos grupos de mercados específicos. A continuación se lo utilizará para medir la competitividad de la subregión en el mercado internacional y en algunos de sus mercados de exportación específicos más importantes.

Gráfico III-14. Comercio internacional de bienes: los 20 productos más dinámicos en las importaciones mundiales, 1990-2009

(Tasas de crecimiento)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del TradeCAN, 2011. Productos clasificados bajo la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI).

• Los 20 productos más competitivos a nivel mundial, dado el crecimiento de su demanda, son productos manufacturados con alto valor agregado (véase el gráfico III-14). Los bienes primarios, si bien siguen siendo importantes -sobre todo el petróleo- no experimentaron un crecimiento en el comercio mundial tan dinámico como los productos manufacturados.

• Los instrumentos y aparatos de óptica fueron los productos más competitivos a nivel mundial, cuya demanda global creció 281% entre 1990 y 2009. Los productos medicinales y farmacéuticos, al igual que los artículos de óptica, experimentaron también un intenso dinamismo entre 1990-2009 pero menor que los ubicados en primera posición: de 222% y 154%, respectivamente. La línea 931 de la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI) hace referencia a operaciones de ensamblaje que no han sido correctamente clasificadas. Su significativo incremento (178%) indicaría una expansión de esas actividades de maquila a nivel mundial.

• Los países centroamericanos y la República Dominicana exportaron cinco de los 20 productos más dinámicos en las importaciones mundiales. Las exportaciones de lámparas, tubos y válvulas electrónicas se expandieron 9,342% de 1990 a 2009; las bebidas no alcohólicas 2,775% en el mismo período²⁵, aunque su

Cuadro III-4. Centroamérica y la República Dominicana: los 20 productos más dinámicos en las exportaciones mundiales, 1990-2009

(Porcentajes y tasas de crecimiento)

	% Exportaciones		Crecimiento 1990-2009
	1990	2009	
759 Partes destinadas a las máquinas de oficina	0.10	9.03	9,342
776 Lámparas, tubos y válvulas electrónicas de cátodo;	0.12	10.15	8,426
111 Bebidas no alcohólicas;	0.02	0.42	2,775
269 Ropa vieja y otros artículos textiles viejos; trapos;	0.00	0.07	2,076
012 Carnes y despojos comestibles (excepto hígado de aves);	0.00	0.01	1,687
041 Trigo (tb. escanda) y morcajo o tranquillón, sin moler;	0.00	0.01	1,646
341 Gas natural y artificial;	0.03	0.41	1,580
774 Aparatos eléctricos y radiológicos para usos médicos;	0.01	0.15	1,424
024 Queso y cuajada;	0.02	0.21	1,343
424 Otros aceites fijos de origen vegetal;	0.12	1.04	808
047 Otras sémolas y harinas finas de cereales;	0.01	0.10	713
773 Material de distribución de electricidad;	0.18	1.28	632
582 Produc. de condensación, policondensación;	0.02	0.17	594
691 Estructuras y partes de estruc. de hierro, acero o aluminio;	0.02	0.11	585
046 Sémola y harina fina de trigo y de morcajo, tranquillón);	0.01	0.05	506
023 Mantequilla;	0.00	0.01	493
282 Chatarra y desperdicios de hierro y acero;	0.04	0.19	447
423 Aceites fijos de origen vegetal;	0.02	0.10	439
431 Aceites, grasas y cera de origen animal y veg. elaborados;	0.02	0.08	425
512 Alcoholes, fenoles, fenoles-alcoholes y sus derivados;	0.14	0.75	421

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del TradeCAN, 2011.

Productos clasificados bajo la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI).

Nota: Las líneas marcadas en rojo muestran los productos más dinámicos en las importaciones mundiales (gráfico III-15).

²⁵ Es conveniente aclarar que el alto crecimiento se debe a que en el año base (1990) se reportaron montos de exportación muy bajos o inexistentes.

participación en las exportaciones es menor a la de las lámparas en 2009 (0.42% y 10.15%, respectivamente). Los otros tres principales productos de mayor crecimiento en las exportaciones de los países de la subregión y más dinámicos a nivel mundial son el gas natural y artificial, aceites fijos de origen natural y chatarra, y desperdicios de hierro y acero. Los dos primeros son de origen natural y el tercero de baja intensidad tecnológica. El incremento de las exportaciones del gas natural y artificial entre 1990 y 2009 fue de 1,580%, en tanto que el de los aceites fijos de origen vegetal creció 808% y el de la chatarra y desperdicios de hierro y acero, 447%. Sin embargo, es bajo el peso de estos productos en las exportaciones totales de los países de la subregión al mundo.

- Entre los productos de exportación más dinámicos en la subregión tienen hoy mayor presencia los productos manufacturados que la obtenida antes de la década de 1980. En los países de la subregión ha aumentado la exportación de productos como las partes destinadas a las máquinas de oficina; las lámparas electrónicas; los aparatos eléctricos y radiológicos; el material de distribución de electricidad, entre otros. Si bien el porcentaje de estos productos en las exportaciones es bajo, su dinamismo sugiere una tendencia a una mayor participación de productos dinámicos en el total de la canasta exportadora.

- Dos de los tres productos de mayor exportación de la subregión -lámparas y bebidas no alcohólicas y el material para electricidad-, además del trigo, el gas natural o artificial y los aparatos electrónicos y radiológicos para usos médicos, se hallan clasificados, en términos competitivos, como estrellas nacientes. Como se muestra en la matriz de competitividad (véase el gráfico III-15), las estrellas nacientes son productos cuyas importaciones a nivel mundial han aumentado, al igual que la participación de los países de la subregión en las importaciones mundiales de ese producto. Se considera que las estrellas nacientes son la mejor clasificación en la que pueden estar los productos de exportación y en la que justamente se hallan varios de los bienes más dinámicos de la subregión.

- Se denominan estrellas menguantes los bienes que han disminuido sus importaciones a nivel mundial, pero en los que los países centroamericanos y la República Dominicana han aumentado su cuota de mercado. En esta categoría se encuentran bienes como las partes destinadas a las máquinas de oficinas, la ropa vieja y artículos textiles viejos, las carnes y despojos comestibles (por ejemplo, hígado

de ave), el queso y cuajada, y, las otras sémolas y harinas finas de cereales. La mayoría de ellos son productos agropecuarios.

- Se conocen como oportunidad perdida los productos cuyas importaciones registraron un ascenso entre 1990 y 2009, pero en los que los países de la subregión disminuyeron su cuota de mercado. Se trata sobre todo de manufacturas como operaciones y mercancías especiales no clasificadas, los productos de hierro o acero colado, los aceites esenciales, artículos de perfumería y tocador y los aparatos eléctricos rotativos. En términos competitivos se considera que ésta es la situación menos deseable, ya que a pesar de que se incrementa la demanda, el país no la está aprovechando. No obstante, también podría significar una oportunidad para que la economía nacional se enfoque en este tipo de productos con mayor dinamismo.
- Finalmente, en el recuadro retirada se clasifican los productos cuya demanda global disminuye al tiempo que se contraen las cuotas de mercado de los países de la subregión. En esta situación se clasifican productos químicos orgánicos, maquinaria agrícola y sus partes, aluminio, extractos tintóreos y curtientes, y buques, embarcaciones y estructuras flotantes.
- Las exportaciones centroamericanas y dominicanas se concentran en los países de América Latina y de América del Norte. El comercio con América Latina consiste fundamentalmente en el comercio intra-centroamericano. El mercado de América de Norte²⁶ es el primer destino de las exportaciones de los países de la subregión. Su cuota de mercado en esa dirección ha ascendido en los últimos años (casi cuatro décimas porcentuales más que en 1990), pero se ha mantenido en 2009 en los mismos niveles del año 2000: 1.2%. En Asia en desarrollo²⁷ los países de la subregión han elevado su cuota de mercado de manera significativa, aun cuando ésta sigue siendo muy pequeña. De forma análoga, se ha ampliado la cuota de mercado para las exportaciones hacia Europa Occidental.²⁸

²⁶ Abarca a Canadá y Estados Unidos.

²⁷ Esta región en el TradeCAN comprende: Chipre, Jordania, Muscat Oman, Qatar, Arabia Saudita, Siria, Turquía, China, Hong Kong, Indonesia, República de Corea, Macau, Malasia, Nepal, Paquistán, Filipinas, India, Singapur y Tailandia.

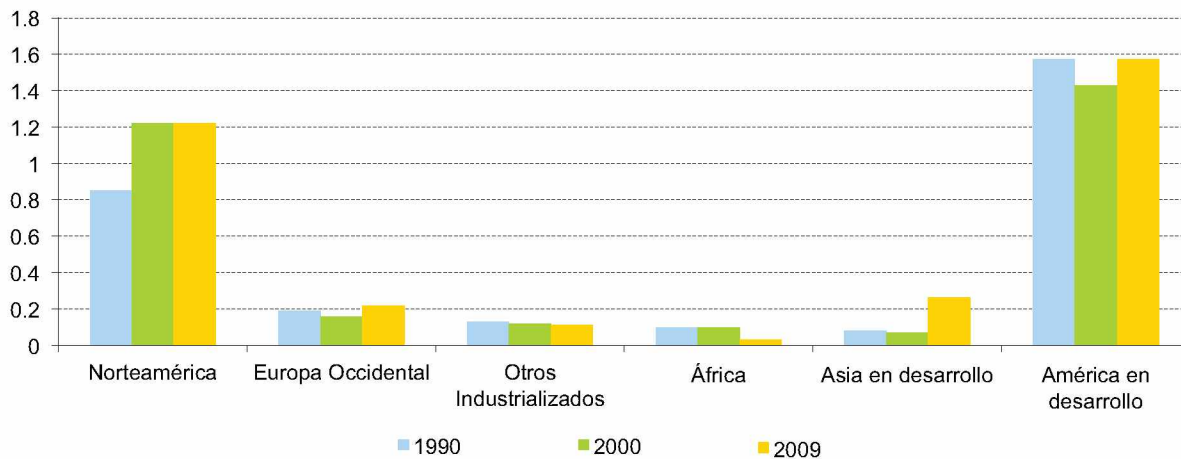
²⁸ Esta región en el TradeCAN comprende: Austria, Bélgica y Luxemburgo, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Irlanda, Italia, Países Bajos, Portugal, España, Suecia, Reino Unido, Islandia, Noruega y Suiza.

Gráfico III-15. Centroamérica y República Dominicana: matriz de competitividad con respecto al mundo, 1990-2009



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del TradeCAN, 2011. Productos clasificados bajo la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI).

Gráfico III-16. Centroamérica y la República Dominicana: evolución de las cuotas de mercado según el mercado destino, 1990-2009
(En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del TradeCAN, 2011.

Norteamérica: Estados Unidos y Canadá.

Europa Occidental: Austria, Bélgica y Luxemburgo, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Irlanda, Italia, Países Bajos, Portugal, España, Suecia, Reino Unido, Islandia, Noruega y Suiza.

Otros Industrializados: Israel, Japón, Australia y Nueva Zelandia.

África: Argelia, Marruecos, Túnez, Egipto, Kenia, Malawi, Mauricio y Senegal.

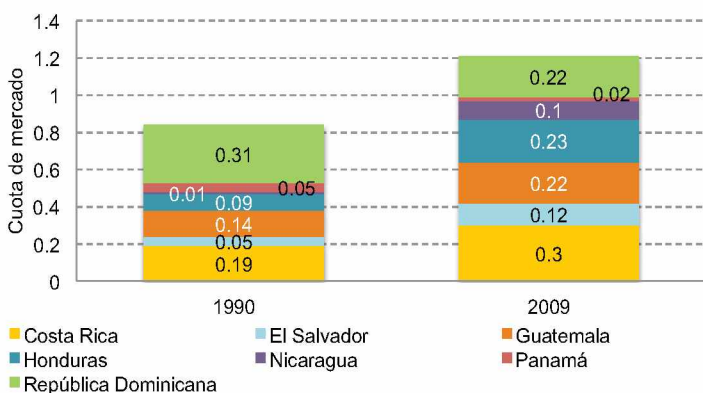
Asia en desarrollo: Chipre, Jordania, Muscat Oman, Qatar, Arabia Saudita, Siria, Turquía, China, Hong Kong, Indonesia, República de Corea, Macau, Malasia, Nepal, Paquistán, Filipinas, India, Singapur y Tailandia.

América en desarrollo: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Barbados, Dominica, Granada, Jamaica, Santa Lucía, Trinidad y Tabago y Panamá.

• Como se aprecia en el gráfico III-17, en 2009 Costa Rica fue el país de la subregión con la mayor cuota de mercado en América del Norte (0.30%), desplazando a la República Dominicana del primer sitio que ostentaba en 1990. Costa Rica avanzó 11 décimas porcentuales de 1990 a 2009, mientras que la República Dominicana en el mismo lapso descendió 0.09 puntos porcentuales, al pasar de 0.31% a 0.19%. Panamá también disminuyó su cuota de mercado en América del Norte, de 0.05% a 0.02% en el mismo período. El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua lograron ampliar significativamente su cuota de mercado en América del Norte. Nicaragua, con el mayor incremento, pasó de 0.01% a 0.10% (900% más), seguido por Honduras (de 0.09% a 0.23%), El Salvador (de 0.05% a 0.12%) y Guatemala (de 0.14% a 0.22%), en todos los casos de 1990 a 2009.

• En el mercado de América en Desarrollo (véase el gráfico III-18), Panamá fue el único país que redujo su cuota de mercado, que se contrajo de 0.59% a 0.19% de 1990 a 2009, esto es, un 68% menos. En cambio, en el mismo período Honduras (de 0.05% a 0.17%) y la República Dominicana (0.03% a 0.07%) se distinguieron por el incremento de su cuota de participación en este mercado. Costa Rica y Nicaragua también elevaron en más del 50% su cuota de mercado en América en Desarrollo. El primero pasó de 0.25% a 0.42% de 1990 a 2009, mientras que el segundo lo hizo de 0.06% a 0.09% en el mismo período. El Salvador avanzó de 0.19% a 0.21% y Guatemala de 0.39 a 0.42% de 1990 a 2009. Estos porcentajes remarcan la importancia de los mercados de la región para los países centroamericanos y para la República Dominicana.

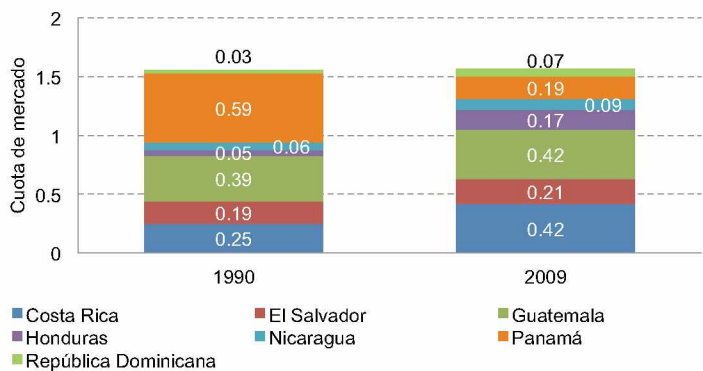
Gráfico III-17. Centroamérica y la República Dominicana: evolución de las cuotas de mercado en Norteamérica, 1990-2009
(En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del TradeCAN, 2011.

El mercado Norteamericano comprende Canadá y Estados Unidos.

Gráfico III-18. Centroamérica y la República Dominicana: evolución de las cuotas de mercado en América en desarrollo, 1990-2009
(En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del TRADECAN, 2011.

El mercado de América en Desarrollo abarca: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Barbados, Dominica, Granada, Jamaica, Santa Lucía, Trinidad y Tabago y Panamá.

- En el cuadro III-5 se presentan los productos clasificados como estrellas nacientes en los mercados de Norteamérica, Europa Occidental y Asia en Desarrollo, para cada uno de los países centroamericanos y la República Dominicana. Se trata de productos cuya demanda internacional crece y en ellos Centroamérica y la República Dominicana han ganado cuota de mercado entre 1990 y 2009. En el mercado norteamericano se destaca la demanda de textiles, manufacturas y alimentos. En Europa Occidental, la subregión muestra fortaleza en productos manufacturados con menor valor agregado, a excepción de Costa Rica, Panamá y República Dominicana, donde se registran fortalezas en instrumentos y aparatos de medicina y aparatos eléctricos para uso médico. En el mercado asiático se demandan productos manufacturados, incluyendo los de baja y media tecnología.

- En el cuadro III-6 se listan las oportunidades perdidas, es decir, productos con una fuerte demanda en las importaciones, pero que los países de la subregión no están aprovechando, ya sea por la existencia de fuertes rivales en los mercados o por baja capacidad de exportación. En el mercado norteamericano se trata de productos textiles, manufactura media y productos primarios (cuya demanda no está siendo aprovechada por algunos países de la subregión), eléctricos, electrónicos y minerales. En el mercado europeo se requieren joyas, confección, manufacturas medianas y bienes primarios, mientras que al asiático se podrían enviar productos de tecnología media y algunos primarios.

Competitividad en el mercado estadounidense y europeo

- En este apartado se utilizará otro programa desarrollado por la CEPAL, el llamado Módulo para Analizar el Comercio Internacional (MAGIC, por sus siglas en inglés), con objeto de aplicarlo al mercado estadounidense, y se continuará empleando el TradeCAN para el estudio del comercio de los países de la subregión con el mercado europeo.

- El MAGIC se enfoca en el análisis del desempeño exportador en el mercado de los Estados Unidos, ya que es la única información con la que se dispone hasta el momento para ejecutar el software. Por medio de los cambios en las cuotas de mercado y en los porcentajes de importación, se analiza la competitividad de uno o

varios productos y de países en el mercado norteamericano, hasta un nivel de desagregación de diez dígitos.

- Estados Unidos es el mercado más importante para los países centroamericanos y la República Dominicana, ya que aquel constituye el destino de 40% promedio de sus exportaciones. A su vez, la participación subregional en las importaciones estadounidenses se ha incrementado en los últimos años: en 1990 era de 0.91% del total de la importaciones de Estados Unidos, mientras que en 2010 representó 1.26%. Aun así, se ha retrocedido respecto de las mayores participaciones logradas en 1998 y 1999, cuando se alcanzó el 1.53% del total de las importaciones de aquel país. Las mayores disminuciones de participación se observaron en 2007 y 2008, cuando cayó a 0.98% y 0.94%, respectivamente.

- En 2010 Costa Rica registró una participación de mercado en Estados Unidos del 0.46%, superior a la observada en 1990 (0.20%). En los diez principales sectores de exportación costarricense se concentró el 91.8% del total de las ventas de Costa Rica a Estados Unidos en 2010. En el gráfico III-19 se observa que cuatro de sus diez principales sectores de exportación a aquel país se encuentran en el cuadrante de estrellas nacientes; esto significa que registraron entre 1990 y 2010 un aumento en la demanda estadounidense y una ampliación en la cuota de mercado de Costa Rica. En conjunto, las estrellas nacientes constituyeron el 44.7% de las exportaciones costarricenses a Estados Unidos en 2010. A su vez, los tres productos clasificados como estrellas menguantes representaron en el mismo año 35.7% de las exportaciones a Estados Unidos. Las estrellas menguantes reflejan una disminución en la demanda y un incremento en la cuota de mercado del país. Por ende, Costa Rica está acrecentando su cuota de mercado en los siete productos más importantes de exportación.

Gráfico III-19. Costa Rica: clasificación de los diez principales productos de exportación a Estados Unidos, 1990-2010



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del MAGIC PLUS.

Productos clasificados bajo el Sistema Armonizado.

• Si bien El Salvador ha fortalecido su participación en el mercado de Estados Unidos al pasar de 0.05% en 1990 a 0.12% en 2010, esta última tasa fue menor a la alcanzada en 2002 (0.17%). La concentración de sus exportaciones a Estados Unidos es mayor que en Costa Rica: el sector de prendas y complementos de vestir solo constituyó en 2010 el 73.95% de dichas ventas. Sus diez sectores principales sumaron el 93.46% de sus exportaciones al mercado estadounidense en 2010. Al igual que para Costa Rica, la mayoría de sus exportaciones se ubican en los sectores competitivos (véase el gráfico III-20). Sin embargo el 16.9% de las exportaciones salvadoreñas corresponden al recuadro de estrellas menguantes, es decir, son sectores estacionarios cuya demanda se reduce aunque se ha logrado aumentar su participación. Llama la atención la exportación de máquinas, aparatos y material eléctrico, así como la de algunos artículos confeccionados cuya demanda ha estado creciendo sin que El Salvador aprovechara esta ventaja (oportunidades perdidas).

Gráfico III-20. El Salvador: clasificación de los diez principales productos de exportación a Estados Unidos, 1990-2010



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del MAGIC PLUS.

Productos clasificados bajo el Sistema Armonizado.

• La participación de Guatemala en el mercado estadounidense casi no ha variado entre 1990 (0.16%) y 2010 (0.17%), aun cuando en 2002 alcanzó un registro de 0.24%. En los diez sectores principales de exportación al mercado estadounidense se concentró el 90.7% de las ventas a ese país en 2010. El 62% de sus exportaciones se localiza en el cuadrante de estrellas nacientes. Al igual que en El Salvador, las prendas y complementos de vestir configuran un sector dinámico y competitivo. Uno de sus diez sectores principales -el tabaco y sus manufacturas- es estrella menguante: menor demanda, pero mayor participación de mercado. En el cuadrante de oportunidad perdida se hallan hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios. Como retiradas clasifican el azúcar y el café, dos productos tradicionales del país, así como los textiles no de punto cuya demanda ha descendido en el mercado estadounidense al mismo tiempo que se ha contraído la cuota de mercado guatemalteca.

Gráfico III-21. Guatemala: clasificación de los diez principales productos de exportación a Estados Unidos, 1990-2010



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del MAGIC PLUS.

Productos clasificados bajo el Sistema Armonizado.

• La competitividad hondureña en el mercado de los Estados Unidos se caracteriza por su gran capacidad para elevar las cuotas de mercado, aunque éste se concentre en sectores no dinámicos cuya demanda decrece (véase el gráfico III-22). El sector de prendas y complementos de vestir representó el 63% de las exportaciones de Honduras a Estados Unidos en 2010. Sus diez sectores principales envían el 95.1% de sus exportaciones a ese mercado. Entre dichos sectores, cinco son estrellas menguantes, definidos por su menor demanda acompañada de mayor cuota de mercado. Sus ventas en 2010 significaron 22% de las importaciones al mercado estadounidense. Aunque sólo tres de sus diez productos principales se distinguen como estrellas nacientes, y en 2010 representaron el 65.4% de estas exportaciones. En retiradas se clasifican los productos cuya demanda y cuota de mercado disminuyeron entre 1990 y 2010. En Honduras esto ocurrió con el café, que aportó sólo el 2% de las exportaciones a Estados Unidos. La participación de las exportaciones de Honduras en el total de las importaciones de Estados Unidos ascendió de 0.10% en 1990 a 0.21% en 2010. Al igual que el resto de los países analizados, a principios de los años 2000 Honduras había registrado tasas de participación de hasta el 0.28% (2002).

Gráfico III-22. Honduras: clasificación de los diez principales productos de exportación a Estados Unidos, 1990-2010



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del MAGIC PLUS.

Productos clasificados bajo el Sistema Armonizado.

• En la subregión Nicaragua se distingue por ser la economía que obtuvo el mayor aumento de participación de mercado en los Estados Unidos, que se elevó de 0.003% en 1990 a 0.10% en 2010, sin padecer fuertes caídas entre esos años. En contraste, Nicaragua también ostenta en la subregión la menor participación en el mercado estadounidense, sólo después de Panamá. Sus diez principales sectores de exportación suman 95.6% de sus exportaciones totales a Estados Unidos. Las estrellas nacientes nicaragüenses representan el 55.3% de esas exportaciones y las estrellas menguantes el 40.3%. Nicaragua compite con Honduras, Guatemala y El Salvador en su principal producto: las prendas y complementos de vestir de punto (35% de sus exportaciones a Estados Unidos). También lo hace con Costa Rica, El Salvador, Honduras, Panamá y República Dominicana en el mercado de material eléctrico (capítulo 85 del Sistema Armonizado).

Gráfico III-23. Nicaragua: clasificación de los diez principales productos de exportación a Estados Unidos, 1990-2010



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del MAGIC PLUS. Productos clasificados bajo el Sistema Armonizado.

• Panamá es el país con la menor participación de mercado de bienes en Estados Unidos desde 1995, año en que Nicaragua lo superaba en ese indicador. En 1990 su participación de mercado era de 0.047% y en 2010 fue de 0.020%. La caída de esa cuota ha sido constante desde 1990. En el gráfico de competitividad de Panamá (III-24) destaca la tendencia contraria a Nicaragua: la mayor parte de sus productos se inclinan hacia sectores no competitivos. Sin embargo, en términos porcentuales los productos más importantes se ubican en el recuadro de estrellas menguantes (40.7%), en los que pese a la disminución de sus importaciones, se ha logrado abarcar una mayor cuota de mercado. A su principal producto de exportación -pescados y mariscos, 22.5% de sus exportaciones a Estados Unidos- se lo clasifica en el recuadro de retiradas, es decir, productos cuya demanda disminuye y en el que al mismo tiempo se pierde participación de mercado. Cuatro de sus diez principales sectores de exportación se clasifican como oportunidades perdidas: existe mayor demanda, que no se aprovecha, y al mismo tiempo que su cuota de mercado se estrecha. Estos productos significan el 10.5% de sus exportaciones a Estados Unidos. Entre las estrellas nacientes sólo se cuentan las perlas finas o cultivadas. Finalmente, la concentración de mercado de Panamá es una de las menores,

después de la República Dominicana. Sus diez principales sectores suman el 87.41% de las exportaciones a los Estados Unidos.

Gráfico III-24. Panamá: clasificación de los diez principales productos de exportación a Estados Unidos, 1990-2010



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del MAGIC PLUS.

Productos clasificados bajo el Sistema Armonizado.

- La concentración de las exportaciones de la República Dominicana a Estados Unidos en los diez principales sectores de exportación (de 81.36% en 2010), es la más baja de la región, y ello refleja la mayor diversificación de su canasta exportadora. República Dominicana es uno de los países que se ha visto más afectado por la disminución de la demanda en el mercado estadounidense y la fuerte competencia de economías como las asiáticas. En 1990 su participación en las importaciones de Estados Unidos era de 0.35%, en 1998 subió a 0.48%, aunque en 2010 cayó a 0.19%. El mayor porcentaje de sus exportaciones a Estados Unidos se concentra en sectores no competitivos: oportunidades perdidas y retiradas (52.7%). Su principal producto de exportación -los instrumentos y aparatos de óptica, fotografía y cinematografía- están clasificados como estrellas nacientes y representan el 15.9% del total de sus exportaciones al mercado norteamericano.

Gráfico III-25. República Dominicana: clasificación de los diez principales productos de exportación a Estados Unidos, 1990-2010



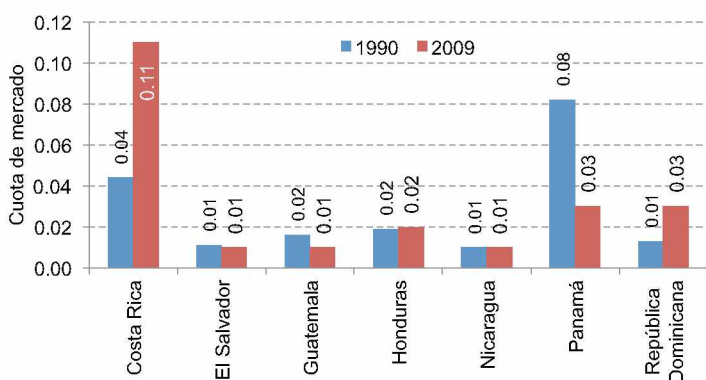
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del MAGIC PLUS.

Productos clasificados bajo el Sistema Armonizado.

• En el gráfico III-26 se observa la cuota de mercado de cada país de la subregión en el mercado europeo. Costa Rica ha incursionado con mayor potencia y dinamismo en ese mercado. De 1990 a 2009 su cuota de mercado se incrementó en un 150%, al pasar de 0.04% a 0.11%. Asimismo, el crecimiento de la República Dominicana en el mismo período fue relevante (130%). Con respecto al mercado europeo, Honduras (0.02%) y Nicaragua (0.01%) mantuvieron invariable su cuota de mercado, en tanto que Panamá, Guatemala y El Salvador la redujeron. La mayor disminución correspondió a Panamá, al pasar de 0.08% en 1990 a 0.03% en 2007. Muy similar a esta cuota fue la de la República Dominicana en 2007. La cuota de Guatemala cayó 37.5% entre 1990 y 2009, y en el mismo período El Salvador la contrajo en 9.1%. Se debe notar que la participación de las exportaciones de la subregión en el total de las importaciones de Europa sigue siendo ínfima, de manera que en su conjunto sólo llegan a 0.22%.

Gráfico III-26. Centroamérica y la República Dominicana: evolución de las cuotas de mercado en Europa Occidental, 1990-2009

(En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del TRADECAN, 2011.

Europa Occidental comprende: Austria, Bélgica y Luxemburgo, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Irlanda, Italia, Países Bajos, Portugal, España, Suecia, Reino Unido, Islandia, Noruega y Suiza.

- Las exportaciones de los países de la subregión al mercado europeo se hallan muy concentradas. Sus diez principales productos de exportación, a tres dígitos de la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI), representan el 81% de las exportaciones de la subregión a los países europeos. Como se expone en el gráfico III-16, la mayoría de estos productos entre 1990 y 2009 se clasifican como estrellas menguantes (menor demanda acompañada de incremento en la cuota de mercado). Entre estos productos se cuentan: las frutas y nueces; las partes destinadas a máquinas de oficina y datos; productos vegetales; frutas en conserva; crustáceos y moluscos; y bebidas alcohólicas. Estos seis productos representan el 59% de las exportaciones subregionales a Europa. Luego, su comercio podría considerarse como estrella menguante, lo que significa que los países de la subregión están enfocados en productos no dinámicos, pero aun así están siendo competitivos.

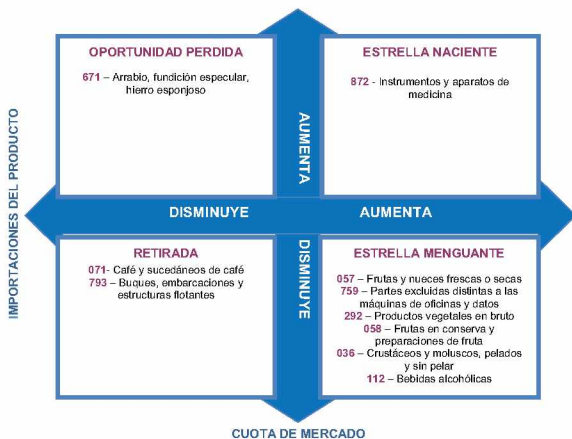
- En el recuadro de estrellas nacientes (productos dinámicos y competitivos) sólo se contabiliza uno de sus diez principales productos de exportación al mercado europeo: los instrumentos y aparatos de medicina, cuya demanda ha ascendido en dicho mercado y los países

han ampliado también su cuota de mercado de 1990 a 2009. Los instrumentos y aparatos de medicina representan el 2.2% de las exportaciones de los países de la subregión al mercado de Europa.

- El café y los buques, las embarcaciones y las estructuras flotantes están clasificados como productos en retirada, debido a que su demanda en Europa ha disminuido, al igual que la cuota de mercado de los países de la subregión en las importaciones de estos productos. Ambos bienes representan el 16.7% de las exportaciones de la subregión al mercado europeo.

- Finalmente, el arrabio, fundición especular y hierro esponjoso -quinto producto de exportación en importancia al mercado europeo, 3.8%- representa una oportunidad para los países de la subregión. Se trata de un producto dinámico, con creciente demanda en el mercado europeo entre 1990 y 2009, pero en el que los países de la subregión han disminuido su cuota de mercado

Gráfico III-27. Centroamérica y la República Dominicana: clasificación de los diez principales productos de exportación a Europa Occidental, 1990-2009



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del TRADECAN 2011.

Productos clasificados bajo la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI).

Europa Occidental: Austria, Bélgica y Luxemburgo, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Irlanda, Italia, Holanda, Portugal, España, Suecia, Reino Unido, Islandia, Noruega y Suiza.

Otros Industrializados: Israel, Japón, Australia y Nueva Zelanda.

Cuadro III-5. Centroamérica y la República Dominicana: los cinco productos más dinámicos cuyas exportaciones a Norteamérica, Europa Occidental y Asia en desarrollo han aumentado, 1990-2009

	FORTALEZAS		
	NORTEAMÉRICA	EUROPA OCCIDENTAL	ASIA EN DESARROLLO
COSTA RICA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Instrumentos y aparatos de medicina ▪ Artículos manufacturados diversos ▪ Operaciones y mercancías especiales no clasificadas ▪ Bandajes, neumáticos, cámaras de aire, etc. ▪ Legumbres frescas, refrigeradas y congeladas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lámparas, tubos y válvulas electrónicas de cátodo ▪ Instrumentos y aparatos de medicina ▪ Otros artículos manufacturados diversos ▪ Aparatos electrónicos para empalme ▪ Productos y preparados comestibles 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lámparas, tubos y válvulas electrónicas de cátodo ▪ Partes excluidas distintas a las máquinas de oficinas y datos ▪ Operaciones y mercancías especiales no clasificadas ▪ Aparatos electrónicos para empalme ▪ Máquinas para la elaboración automática de datos
EL SALVADOR	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ropa interior de punto o ganchillo ▪ Ropa exterior y accesorios de vestir de punto o ganchillo ▪ Operaciones y mercancías especiales no clasificadas ▪ Oro no monetario ▪ Accesorios de vestir, de tejidos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ropa interior de punto ó ganchillo ▪ Alcoholes, fenoles y sus derivados. ▪ Bandajes, neumáticos, cámaras de aire, etc. ▪ Ropa exterior y accesorios de vestir de punto o ganchillo ▪ Calzado 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Máquinas y aparatos eléctricos ▪ Equipo de telecomunicaciones y partes y accesorios ▪ Operaciones y mercancías especiales no clasificadas
GUATEMALA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Frutas y nueces, frescas o secas ▪ Ropa exterior y accesorios de vestir de punto o ganchillo ▪ Ropa interior de punto o ganchillo ▪ Productos y preparados comestibles ▪ Joyas y objetos de orfebrería y platería 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alcoholes, fenoles, fenoles-alcoholes y sus derivados ▪ Operaciones y mercancías especiales no clasificadas ▪ Especies ▪ Manufacturas de madera ▪ Ropa exterior y accesorios de vestir de punto o ganchillo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Productos de polimerización y copolimerización ▪ Equipo de telecomunicaciones y partes y accesorios ▪ Impresos ▪ Aparatos electrónicos para empalme ▪ Instrumentos y aparatos de medición
HONDURAS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ropa interior de punto o ganchillo ▪ Ropa exterior y accesorios de vestir de punto o de ganchillo ▪ Material de distribución de electricidad ▪ Accesorios de vestir de tejidos ▪ Oro no monetario 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aceites fijos de origen vegetal ▪ Ropa interior de punto ó ganchillo ▪ Ropa exterior y accesorios de vestir de punto o ganchillo ▪ Operaciones y mercancías especiales no clasificadas ▪ Tabaco manufacturado 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Chatarra y desperdicios de hierro y acero ▪ Productos de polimerización y copolimerización ▪ Productos químicos diversos ▪ Aparatos electrónicos para empalme ▪ Equipo de telecomunicaciones y partes y accesorios
NICARAGUA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ropa exterior y accesorios de vestir de punto o ganchillo ▪ Ropa interior de punto o ganchillo ▪ Oro no monetario ▪ Tabaco manufacturado ▪ Legumbres frescas, refrigeradas y congeladas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alcoholes, fenoles, fenoles-alcoholes y sus derivados ▪ Operaciones y mercancías especiales no clasificadas ▪ Cacao ▪ Ropa interior de punto ó ganchillo ▪ Tabaco manufacturado 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desperdicios y desecho de metales comunes no ferrosos ▪ Productos de polimerización y copolimerización ▪ Pulpa y desperdicios de papel ▪ Máquinas y aparatos eléctricos ▪ Clavos, tornillos, tuercas, pernos, remaches
PANAMÁ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Oro no monetario ▪ Legumbres frescas, refrigeradas y congeladas ▪ Preparados de cereales y de harina fina ▪ Bebidas alcohólicas ▪ Minerales de metales preciosos y sus concentrados 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Preparados de cereales y de harina fina ▪ Motocicletas, motonetas y otros velocípedos, con o sin motor ▪ Material de distribución de electricidad ▪ Instrumentos y aparatos de medicina ▪ Cobre 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aceites de petróleo crudos, aceites crudos de mineral bituminoso ▪ Chatarra y desperdicios de hierro y acero ▪ Maquinas y equipos de ingeniería civil ▪ Desperdicios y desecho de metales comunes no ferrosos ▪ Productos de polimerización y copolimerización
REPÚBLICA DOMINICANA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tabaco manufacturado ▪ Artículos de resinas y material plástico ▪ Artículos confeccionados total o principalmente de textiles ▪ Aparatos de electricidad y sus partes ▪ Máquinas y aparatos eléctricos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Instrumentos y aparatos de medicina ▪ Cacao ▪ Tabaco manufacturado ▪ Calzado ▪ Aparatos eléctricos y radiológicos para usos médicos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Arrabio, fundición especular, hierro esponjoso ▪ Aparatos de electricidad y sus partes ▪ Desperdicios y desecho de metales comunes no ferrosos ▪ Máquinas y aparatos eléctricos ▪ Bombas y compresores, ventiladores y sopladores

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del TradeCAN, 2011.

Cuadro III-6. Centroamérica y la República Dominicana: los cinco productos más dinámicos cuyas exportaciones a Norteamérica, Europa Occidental y Asia en desarrollo han disminuido, 1990-2009

	OPORTUNIDADES		
	NORTEAMÉRICA	EUROPA OCCIDENTAL	ASIA EN DESARROLLO
COSTA RICA	<ul style="list-style-type: none"> Frutas y nueces, frescas y secas Ropa interior, de punto o de ganchillo Muebles y sus partes Joyas y objetos de orfebrería y platería Artículos de resinas y material plástico 	<ul style="list-style-type: none"> Joyas y objetos de orfebrería y platería Productos medicinales y farmacéuticos Ropa interior de punto o de ganchillo Manufacturas de madera Minerales de materiales preciosos y sus concentrados 	<ul style="list-style-type: none"> Artículos de óptica Materiales de distribución de electricidad Aparatos de electricidad y sus partes Manufacturas de metales comunes Productos medicinales y farmacéuticos
EL SALVADOR	<ul style="list-style-type: none"> Artículos confeccionados total o principalmente de textiles Máquinas y aparatos eléctricos Papeles y cartones recortados en forma determinada Productos de polimerización y copolimerización Frutas y nueces, frescas o secas 	<ul style="list-style-type: none"> Artículos confeccionados total o principalmente de textiles Operaciones y mercancías especiales no clasificadas Maquinaria y equipo de ingeniería civil Equipo de telecomunicaciones y partes y accesorios Artículos de viaje, bolsas, bolsos, maletines, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Lámparas, tubos y válvulas electrónicas de cátodo Instrumentos y aparatos de medición Manufacturas de metales comunes Motores de combustión interna, de émbolo y sus partes Máquinas para la elaboración automática de datos y sus unidades
GUATEMALA	<ul style="list-style-type: none"> Legumbres frescas, refrigeradas o congeladas Operaciones y mercancías especiales no clasificadas Semillas y frutas oleaginosas, enteras o partidas Manufacturas de madera Artículos confeccionados total o principalmente de textiles 	<ul style="list-style-type: none"> Calzado Accesorios de vestir, de tejidos Artículos de viaje, bolsas, bolsos, maletines, etc. Artículos confeccionados total o principalmente de textiles Equipo de telecomunicaciones y partes y accesorios 	<ul style="list-style-type: none"> Piedra, arena y grava Semillas y frutas oleaginosas, enteras o partidas Manufacturas de metales comunes Operaciones y mercancías especiales no clasificadas Partes y accesorios no eléctricos de máquinas
HONDURAS	<ul style="list-style-type: none"> Frutas y nueces, frescas o secas Muebles y sus partes Manufacturas de madera Artículos confeccionados total o principalmente de textiles Artículos de resinas y material plástico 	<ul style="list-style-type: none"> Cacao Aparatos de electricidad y sus partes Productos químicos diversos Aparatos eléctricos rotativos y sus partes Muebles y sus partes 	<ul style="list-style-type: none"> Instrumentos y aparatos de medición Operaciones y mercancías especiales no clasificadas Máquinas y aparatos eléctricos Máquinas para la elaboración automática de datos y sus unidades Bombas y compresores, ventiladores y sopladores
NICARAGUA	<ul style="list-style-type: none"> Semillas y frutas oleaginosas, enteras o partidas Productos medicinales y farmacéuticos Animales vivos Artículos manufacturados diversos Artículos de viaje, bolsas, bolsos, maletines, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Equipo de telecomunicaciones y partes y accesorios Productos químicos diversos Manufacturas de metales comunes Aparatos eléctricos y radiológicos para usos médicos Bombas para líquidos con o sin dispositivo medidor 	<ul style="list-style-type: none"> Partes y accesorios no eléctricos de máquinas Operaciones y mercancías especiales no clasificadas Semillas y frutas oleaginosas, enteras o partidas Almidones y féculas, inulina y gluten de trigo Bombas y compresores, ventiladores y sopladores
PANAMÁ	<ul style="list-style-type: none"> Aparatos de electricidad y sus partes Productos químicos diversos Manufacturas de madera Papeles y cartones recortados en forma determinada Equipo de telecomunicaciones y partes y accesorios 	<ul style="list-style-type: none"> Motores de combustión interna, de émbolo y sus partes Automóviles para pasajeros Aparatos de electricidad y sus partes Artefactos y accesorios sanitarios Manufacturas de madera 	<ul style="list-style-type: none"> Productos medicinales y farmacéuticos Equipo de telecomunicaciones y partes y accesorios Productos de perfumería, cosméticos y tocador Operaciones y mercancías especiales no clasificadas Partes y accesorios no eléctricos de máquinas
REPÚBLICA DOMINICANA	<ul style="list-style-type: none"> Preparados de cereales y de harina fina Instrumentos y aparatos de medicina Materiales de caucho Equipo de calefacción y refrigeración y sus partes Hidrocarburos y derivados halogenados, sulfonados, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Arrabio, fundición especular, hierro esponjoso Operaciones y mercancías especiales no clasificadas Ropa exterior y accesorios de vestir de punto o ganchillo Compuestos organominerales y heterocíclicos Joyas y objetos de orfebrería y platería 	<ul style="list-style-type: none"> Partes y accesorios no eléctricos de máquinas

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base del TradeCAN, 2011.

En resumen

• Todos los países de la subregión han ampliado su grado de apertura comercial entre 1990 y 2011, y los casos más sobresalientes se dan en Honduras, Nicaragua y Panamá. Esta mayor apertura ha sido simultánea con la firma de tratados de libre comercio. A partir de 1990, algunos países centroamericanos y la República Dominicana han firmado TLC con Canadá, CARICOM, Colombia, Chile, China, Estados Unidos, México, Perú, Singapur, la provincia china de Taiwán y la Unión Europea.

• La liberalización comercial y el fortalecimiento de la integración centroamericana han contribuido a incrementar el comercio intra y extra regional. Entre 2001 y 2011 las exportaciones de bienes de los países del MCCA pasaron de 10,184 millones de dólares a 27, 570 millones de dólares, esto es, una tasa de crecimiento promedio anual de 10.5%. Sin embargo, debido a la mayor proporción de las importaciones, todos son deficitarios en el comercio internacional de bienes.

• Un tercio de las exportaciones de los países del MCCA se destinan a los Estados Unidos, al tiempo que la subregión constituye

el segundo destino en importancia, seguido por la Unión Europea. Panamá ocupa el quinto destino de las exportaciones del MCCA y la República Dominicana, el sexto. Panamá envía alrededor del 14% de sus exportaciones al MCCA y República Dominicana, el 2.2%.

- Las importaciones presentan una mayor concentración respecto de los mercados de origen. El MCCA adquiere de Estados Unidos el 41% de sus importaciones de bienes, del propio MCCA el 13% y de México el 8%. Panamá es su séptimo mercado de importación y la República Dominicana el duodécimo. Panamá adquiere del MCCA sólo el 4.5% de sus importaciones, mientras que la República Dominicana el 2.9%, una proporción muy baja de compras si se compara con el resto de sus socios comerciales.

- La actividad exportadora de las PYME de la subregión es baja: en 2007 sólo el 7% de estas empresas costarricenses -formales y semiformales- vendían su producción o servicios al exterior; en 2006 en El Salvador sólo 7.42%; en 2007 en la República Dominicana el 0.3%. El mercado de exportación aún sigue siendo un campo por explorar y explotar, sobre todo para aprovechar más el comercio con la subregión.

- China ha comenzado a destacarse como uno de los principales destinos de exportación para países como Costa Rica, Panamá y la República Dominicana.

- Países europeos como España, Bélgica, los Países Bajos y Suecia han avanzado en sus posiciones como destinos de exportación de los países de la subregión.

- Las exportaciones de bienes del MCCA al mundo fueron principalmente bienes primarios (29% del total); manufacturas de baja tecnología (25%) y manufacturas basadas en recursos naturales (20%). Es una estructura exportadora con menor valor agregado que la observada en el comercio intrarregional. En Panamá, en contraste, en el 40% de sus exportaciones figuran productos de alta tecnología, ya que se toman en cuenta las exportaciones de la Zona Libre de Colón. En la República Dominicana el 35% de sus exportaciones son de productos de baja tecnología.

- No obstante, a nivel general las exportaciones de productos manufacturados tienen hoy mayor presencia que en la década de 1980. Dos de los tres productos de mayor exportación de la subregión

-lámparas y bebidas no alcohólicas y el material para electricidad- son productos con una demanda mayor en el mercado internacional, situación que los países de la subregión han sabido aprovechar. Mientras, la mayoría de los productos agropecuarios -principales rubros de exportación- han experimentado una disminución en la demanda mundial, pero los países de la subregión han mantenido sus cuotas de importación en este mercado. La subregión podría, por tanto, fortalecer sus exportaciones de productos manufacturados, cuya demanda es creciente en el mercado mundial y explorar el potencial comercial de los servicios, cuyo dinamismo es mayor que el de los bienes.

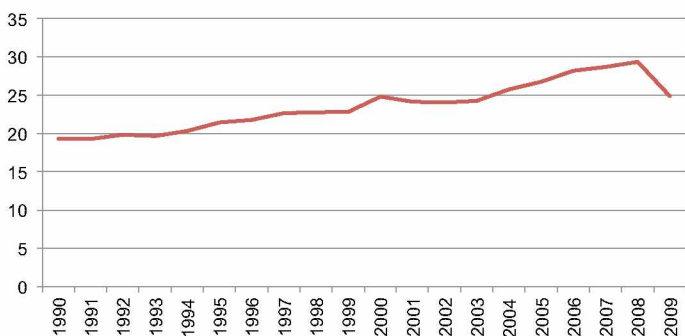
Capítulo IV

COMERCIO DE SERVICIOS

1. Tendencia mundial

- El comercio de los servicios a nivel mundial ha incrementado su importancia desde la década de 1990. En el gráfico IV-1 se observa el cambio positivo de la contribución del comercio de servicios al PIB mundial, que en 1990 se estableció en 19.3%, mientras que en 2008 llegó al 25%. Si bien en 2009 el comercio mundial registró una caída generalizada ocasionada por la crisis económica internacional, el comercio de servicios se contrajo menos que el de bienes.

Gráfico IV-1. Mundo: comercio de servicios en relación con el Producto Interno Bruto (PIB), 1990-2009
(Porcentajes)



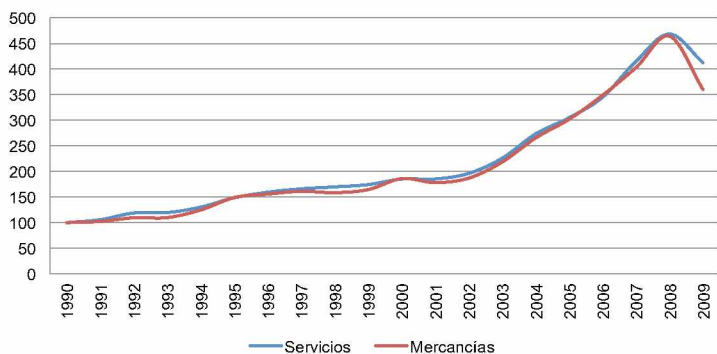
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre información del Banco Mundial, World Development Indicators.

- La Unión Europea es la zona del mundo donde más ha crecido la participación relativa del sector servicios respecto del PIB, que pasó de 27% en 1990 a 40.7% en 2008; esto es, 16.7% de crecimiento en ese período.
- En cuanto al comercio internacional, el peso relativo del comercio de servicios respecto del PIB de los países de Asia del Este y del Pacífico se elevó de 20.7%, en 1990 a 34.7%, en 2008. En los países de América Latina también se refleja la mayor relevancia del comercio internacional de servicios con respecto al PIB, que en 2008 presentó un peso relativo del 24%. La tendencia positiva de este indicador en América del Norte se ha registrado en menor escala que para los bloques de países ya mencionados. La contribución del comercio de servicios al PIB se incrementó en esta región de 10.6% en 1990 a 14.3% en 2008.

- En el gráfico IV-2 se aprecia la tasa de crecimiento de las exportaciones mundiales de bienes y servicios desde 1990. En la primera década los servicios se expandieron a un ritmo del 6.5% promedio, mientras que de 2000 a 2009 el incremento fue de 9.4%, incluso con la crisis económica de 2009. Las mercancías, por su parte, avanzaron a un ritmo menor: en la década de 1990 su crecimiento promedio fue de 5.9% y en la de los años 2000 de 8.9%.

Gráfico IV-2. Mundo: crecimiento de exportaciones de mercancías y servicios, 1990-2009

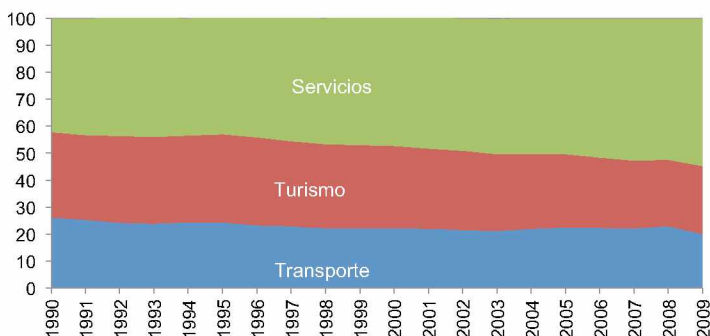
(Tasas de crecimiento respecto a 1990)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre información del Banco Mundial, World Development Indicators.

- La exportación de servicios incluidos en la estadística se ha concentrado en los servicios de transporte, de viajes, financieros y “otros servicios”, y esta última categoría es la que más ha subido. En esta categoría se incluyen: servicios de comunicación, construcción, seguros, servicios financieros, servicios de computación e información, regalías por licencias, servicios de negocios, servicios de recreación y servicios gubernamentales. En 1990 este tipo de servicios representaban el 42% del total de las exportaciones de servicios y en 2009 ya habían alcanzado el 54%, mientras que en las exportaciones de servicios de transporte y turísticos se observó un comportamiento en sentido contrario. El primero pasó de representar el 26% de las exportaciones de otros servicios en 1990, a 17% en 2009; el segundo de 32% a 22%, entre los mismos años.

Gráfico IV-3. Mundo: exportaciones de servicios por grandes categorías, 1990-2009
(Porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre información de la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), Estadísticas.

- Entre los “otros servicios”, los de computación e información son los que mayor dinamismo han mostrado. Estos servicios crecieron de 1990 a 2009 a una tasa promedio anual de 26.7% y representaron en 2009 el 10% de las ventas de servicios. Los servicios de comunicación y los servicios personales de recreación y culturales se elevaron entre 1990 y 2009 a una tasa promedio anual de 13.6% y 13.8%, respectivamente. Ambos servicios contribuyeron con el 4.5% y 2% del total de las exportaciones mundiales de “otros servicios”. Los servicios de negocios representan el 45.7% de la categoría “otros servicios”, pero su crecimiento promedio anual es menor que los anteriores, de 8.7% en el mismo período.

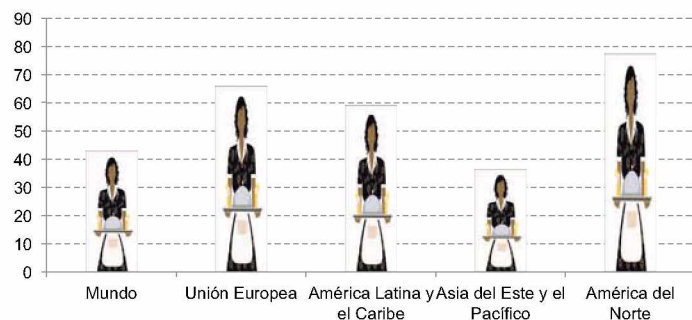
- El turismo y el transporte son los servicios más importantes en la subregión, aunque al mismo tiempo se advierte la expansión de otros servicios, como los empresariales y los de cómputo e información.

- En los últimos datos del Banco Mundial sobre el empleo de los servicios a nivel mundial, se observa que en 2005 el 43% del empleo total se generaba precisamente en dicho sector (véase el gráfico IV-4). En América del Norte es mucho más notorio el peso que este sector posee en la creación de empleo, aunque la participación del comercio de servicios respecto del PIB sea de las más bajas del mundo. En 2005, el 77.5% de los empleos en América del Norte correspondió al sector servicios, cifra que corrobora su relevancia para la economía interna de esa región. Por su parte, la Unión Europea y los países de América Latina emplean el 66% y el 59% de su población económicamente

activa (PEA), respectivamente, en ese tipo de labores; mientras que en la subregión, Costa Rica, Panamá y la República Dominicana, rebasan el 60% de la PEA ocupada en este sector.

Gráfico IV-4. Mundo y regiones seleccionadas: porcentaje del empleo en el sector servicios respecto del empleo total, 2005

(Porcentajes)



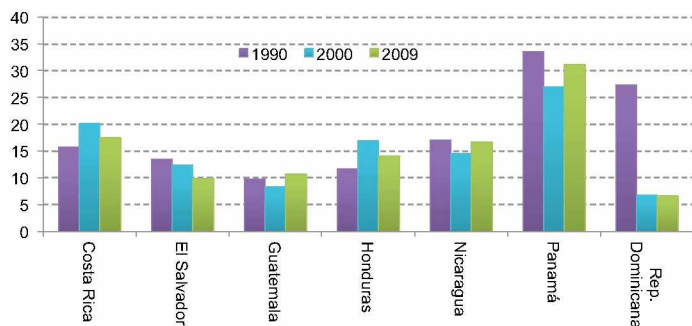
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre información del Banco Mundial, Indicadores de Desarrollo Económico.

2. Las exportaciones de servicios en Centroamérica y la República Dominicana

- La gravitación del comercio de servicios en la subregión muestra la misma tendencia creciente observada a nivel mundial. El comercio de servicios en Panamá (importación y exportación) representó en 2009 el 31.2% del PIB, seguido por Costa Rica (17.5%), Nicaragua (16.7%), Honduras (14.1%), Guatemala (10.7%), El Salvador (9.9%) y la República Dominicana (6.6%).

Gráfico IV-5. Centroamérica y la República Dominicana: comercio de servicios respecto del PIB, 1990, 2000 y 2009

(Millones de dólares)

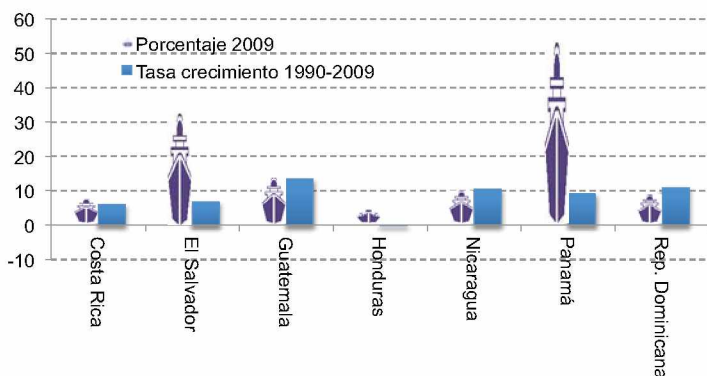


Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre información de: UNCTAD, Estadísticas de la UNCTAD sobre servicios.

- En todos los casos, con excepción de Panamá, la exportación de servicios turísticos significa en promedio el 61.4% del total de las exportaciones de servicios. En el caso de la República Dominicana esta cifra se extendió hasta 82% en 2009.
- En cuanto a su composición, se nota que los viajes de negocios se han incrementado con mayor vigor en Centroamérica que en el Caribe, ya que entre los países continentales la tasa de crecimiento promedio ha sido de 2 a 1 respecto de los viajes personales. Este dato refleja un rasgo del aumento de los servicios empresariales ocurridos en los últimos años.
- Respecto de los viajes personales, los registros indican que por motivos de salud en Centroamérica se llevan a cabo en mayor proporción que en el Caribe (21.6% vs 1.4%); mientras que, entre los países del Caribe los viajes personales están más relacionados con la educación (116.4%), frente a 5.6% promedio de centroamericanos, en el periodo 2000-2009.
- La venta preponderante de Panamá radica en la exportación de servicios de transporte, que aportó en 2009 el 56% del total de las exportaciones de servicios.

- Ahora bien, el transporte de carga en Centroamérica acusó un mayor crecimiento que en el Caribe (20.9% vs 2.1%, por vía aérea), mientras que en el transporte de pasajeros la relación es similar aunque con menor diferencia (12.8% vs 8.1%, por vía aérea, en Centroamérica y El Caribe, respectivamente).
- En cuanto a los servicios empresariales -correspondiente a la parte baja de la cadena de valor-, debido a la agregación de los datos disponibles no es posible distinguir el peso específico de los call centers y el procesamiento de datos, ni los servicios de tecnologías de la información relacionados con el manejo de redes y aplicaciones de hardware. De acuerdo con CEPAL (2009), el DR-CAFTA contribuyó al atractivo de estos países para reubicar operaciones dirigidas a clientes en los Estados Unidos. En ese sentido, Panamá sobresale como el más especializado en servicios de contacto en Centroamérica, en tanto que la República Dominicana destaca en el Caribe. Aunque para estimar su valor en las exportaciones de esta parte de la cadena se requiere de una investigación específica.
- En el rubro de “otros servicios”, el patrón de concentración de los servicios compartidos exportados desde la región centroamericana y del Caribe está localizado en los servicios empresariales y de comunicación. Los servicios de computación e informática están más concentrados en Centroamérica, mientras que los relacionados con los seguros y de gobierno presentan esta característica en la región del Caribe.
- En Costa Rica y El Salvador se ha registrado el mayor crecimiento del rubro “otros servicios”. En el primer país destaca el avance de los servicios de computación e información (20.7%) y los servicios personales culturales y recreacionales (20%) en el total de exportaciones de servicios. En El Salvador es la exportación de servicios de comunicaciones la actividad que más dinamismo revela, con el 17% del total de las exportaciones de servicios (véanse los gráficos IV-5 y IV-6).

Gráfico IV-6. Centroamérica y la República Dominicana: exportaciones de servicios de transporte, 2009
(En porcentajes)

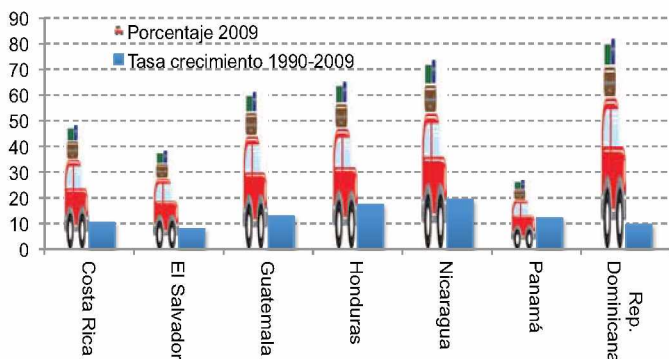


Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), información de la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), Estadísticas.

- La mayor pujanza se evidencia en los servicios turísticos, que han obtenido un crecimiento promedio en la región a una tasa anual del 12.7% entre 1990 y 2009, mientras que en el mismo período los de transporte registraron una tasa anual de 8.1% y los “otros servicios”, 5.2%. En Nicaragua ha sido sobresaliente el dinamismo de los servicios turísticos, con una tasa de crecimiento promedio anual del 19.25% de 1990 a 2009 (véase el gráfico IV-7).

Gráfico IV-7. Istmo centroamericano y la República Dominicana: exportaciones de servicios de turismo respecto a las exportaciones totales de servicios, 2009

(En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), información de la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), Estadísticas.

- Costa Rica, Panamá y la República Dominicana son los únicos países superavitarios de la subregión en el total de comercio de servicios. El resto de los países son superavitarios sólo en algunas ramas. En el caso de los servicios turísticos, en todos se obtuvo superávit, desempeño que refleja el potencial de la subregión en esta actividad. En servicios financieros y de cómputo, sólo Costa Rica y Panamá presentan superávit; en servicios de comunicación lo logran El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Panamá y República Dominicana. El Salvador y Guatemala son superavitarios en servicios de construcción. Finalmente, en otros servicios de negocios, Costa Rica, Guatemala y Panamá son los únicos países que arrojan un superávit.

Recuadro IV.1. LOS SERVICIOS DE EXPORTACIÓN EN LAS PYME

Según el primer diagnóstico nacional de PYME realizado en Costa Rica, la mayoría de las MIPYME exportadoras costarricenses se enfocan en el área de servicios (55.4% del total en 2007), seguida por el comercio (19.6%), industria manufacturera (17.9%) y agricultura y pesca (7.1%). Las MIPYME de servicios, de acuerdo con esta misma encuesta, emplean en su mayoría a personas con estudios universitarios y mujeres; son las que más contratan servicios de Internet y son las que pagan mejores salarios. (Observatorio de MIPYME, 2008).

En El Salvador y Panamá la mayoría de las MIPYME están dedicadas a actividades de comercio, en tanto que los servicios constituyen una actividad secundaria. Para el resto de los países no existen datos que permitan observar la importancia de los servicios para las PYME y/o las características de estas empresas en ese sector.

En la región se carece de datos sobre las MIPYME. Las instituciones encargadas del diseño de políticas y programas nacionales y regionales no cuentan con información que posibilite el seguimiento de la evolución de estas empresas, con la que se podrían diseñar las políticas adecuadas para el sector. La información proveniente de organismos regionales como SIECA, SICA y CENPROMYPE no incluye el sector servicios ni las empresas involucradas. A nivel nacional tampoco existe información más allá de las cuentas nacionales, a un alto nivel de agregación. Por tanto, no se puede ver la participación de las PYME en el sector. Una posibilidad para zanjar esta deficiencia sería la elaboración de estudios de cadenas de servicios en los que se pudiera analizar la participación de las MIPYME.

En el turismo se intuye, por las características generales de las PYME, que estas empresas se encuentran en las partes baja e intermedia de la cadena de valor: ya sea como proveedoras de insumos a las grandes empresas de turismo, o como proveedoras de servicios especializados en alguna de las ramas, ya sea transporte o servicios personalizados.

En el transporte, son las grandes empresas las que predominan en la región, al igual que en los servicios financieros, bancarios, de regalías o comunicación. Es más factible encontrar MIPYME en

los servicios de software y cómputo, de construcción a baja escala o servicios personalizados y culturales.

Desafortunadamente, tampoco existen estadísticas sobre servicios en la región, que permitan un análisis del sector y de las características de empresas. Por esta razón, es necesario realizar un estudio para medir y caracterizar los principales segmentos de la cadena de valor de los servicios que se comercializan entre los países de la región centroamericana y la República Dominicana. Su ejecución comprendería el análisis del comercio de servicios según grado de especialización productiva examinando el comercio de alguno de sus servicios más relevantes, y una estimación y medición del comercio intrarregional con base en datos estadísticos recolectados por medio de una muestra representativa de empresas dedicadas a la comercialización de servicios en la subregión.

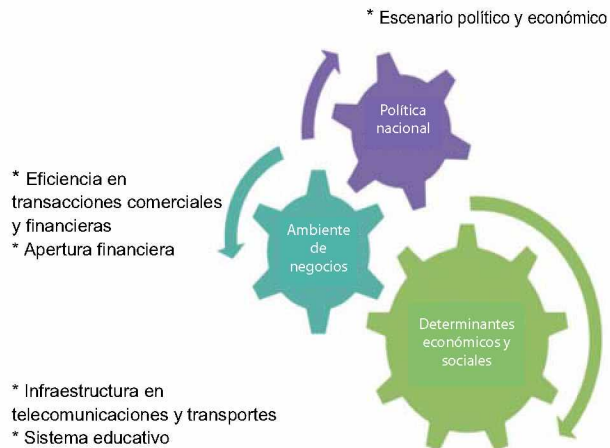
3. Los servicios y su cadena de valor²⁹

- Para el desarrollo de las actividades de servicios, así como para la mayoría de las actividades económicas, es necesario la combinación de tres elementos fundamentales: a) la política económica, b) el ambiente de negocios, y c) los determinantes económicos y sociales del país en cuestión (véase el gráfico IV-8). La política nacional es el escenario que dará sustento a la eficiencia en la utilización de los factores económicos y sociales, a la vez que promoverá un ambiente de negocios adecuado. Los determinantes económicos y sociales y el ambiente de negocios existentes interactuarán, al mismo tiempo, en la formulación de la política nacional.
- Uno de los determinantes fundamentales para el fomento de las inversiones en servicios es la existencia de una buena infraestructura en telecomunicaciones y transporte, requisito indispensable para el desarrollo de los servicios más dinámicos como los de computación e información, los de comunicación y los financieros, el turismo y el transporte. Otro elemento del que no se puede prescindir es el capital humano, cuya capacidad y preparación determinarán en gran medida el papel en la cadena de valor de los servicios que tendrá un país.
- En la cadena de valor de servicios (véase el gráfico IV-9) se puede observar que las actividades de menor valor agregado son los centros

²⁹ La cadena de valor es un modelo teórico que permite describir las distintas etapas de la producción. El análisis de la cadena de valor permite identificar los vínculos y las redes que determinan en qué lugar residen las actividades de valor dentro de una empresa o industria. (Martínez, Padilla, Schatan y Vega, 2010.)

de contacto, seguido por los centros de servicios compartidos y los centros de desarrollo de competencia. De acuerdo con esta clasificación, en los centros de contacto se encontrarían actividades sencillas como el help desk (también llamado soporte técnico), los call centers (centros de atención telefónica) y el soporte técnico para la instalación de hardware. Para este tipo de actividades se requiere personal con conocimientos básicos en tecnologías de la información y/o inglés, y una buena infraestructura de telecomunicaciones. Muchos de los países de la subregión se encuentran en esta categoría. En Guatemala, Costa Rica y Honduras se ha incentivado el desarrollo de call centers.

Gráfico IV-8. Servicios: requerimientos para su desarrollo



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2011b).

• En la segunda fase de la cadena de valor se ubican servicios un poco más sofisticados, como el de marketing y ventas, de reclutamiento y capacitación, y de planeación, desarrollo y administración de software. Los trabajadores en esta etapa deben tener un conocimiento más avanzado de tecnologías de la información. En esta etapa el inglés es igualmente importante, pero no basta para poder dar el servicio, se requieren conocimientos más avanzados en mercadeo, administración y otros. Por esta razón, los países necesitan generar una mejor política educativa y una buena infraestructura en telecomunicaciones y financiera. En algunos, como Costa Rica, El Salvador y Panamá, se ha incentivado el desarrollo de creación de software, tanto para el mercado local como para los países vecinos, y en algunos casos vinculados a empresas transnacionales.

Gráfico IV-9. Servicios: cadena de valor



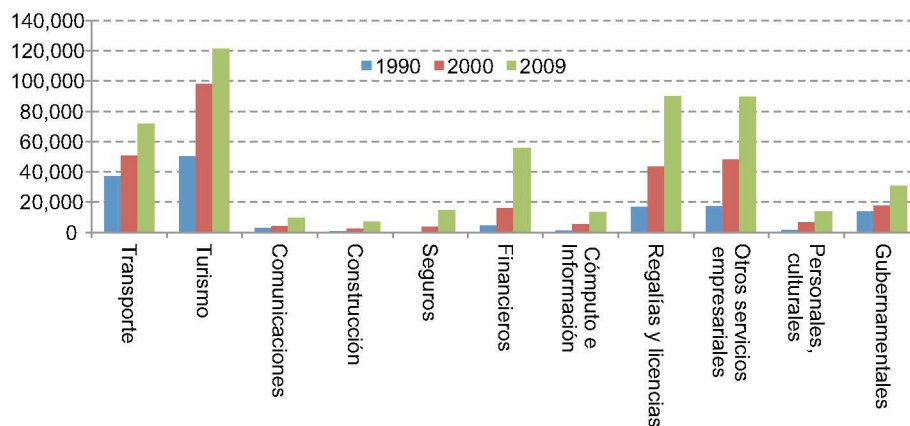
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2011b).

• El último eslabón de la cadena son los centros de desarrollo de competencias, donde además de la creación de programas ad hoc para los clientes, se aportan innovaciones tecnológicas que permiten el registro de licencias y patentes. En esta etapa se requiere una fuerza laboral capacitada tanto en tecnologías de la información, como en ingeniería y derecho. Este tipo de personal está regularmente acreditado internacionalmente. Es preciso desarrollar una política más enfocada a la investigación y desarrollo, con protección adecuada de licencias y patentes, con infraestructura de alto nivel y con acceso a activos estratégicos como centros de innovación tecnológica y patentes.

• Los países centroamericanos y la República Dominicana están enfocados en los primeros niveles de la cadena de valor. En los gráficos IV-10 y IV-11, se aprecia la diferencia de concentración en los tipos de servicios que exportan los Estados Unidos y los países de la subregión. En el caso de Estados Unidos destaca el crecimiento de varios servicios de exportación como: el turismo, el transporte, las regalías y licencias, los otros servicios empresariales, los servicios financieros, gubernamentales, personales y seguros. En tanto que los países de la subregión presentan una mayor concentración en la exportación de servicios de turismo, al que le siguen en menor medida los de transporte, comunicaciones y otros servicios empresariales. Entre estos últimos es relevante el crecimiento de los servicios de cómputo e información, los cuales en 2009 alcanzaron la cifra de 793 millones de dólares y representaron el 5.2% de las exportaciones totales de servicios.

Gráfico IV-10. Estados Unidos: exportaciones de servicios, 1990, 2000 y 2009

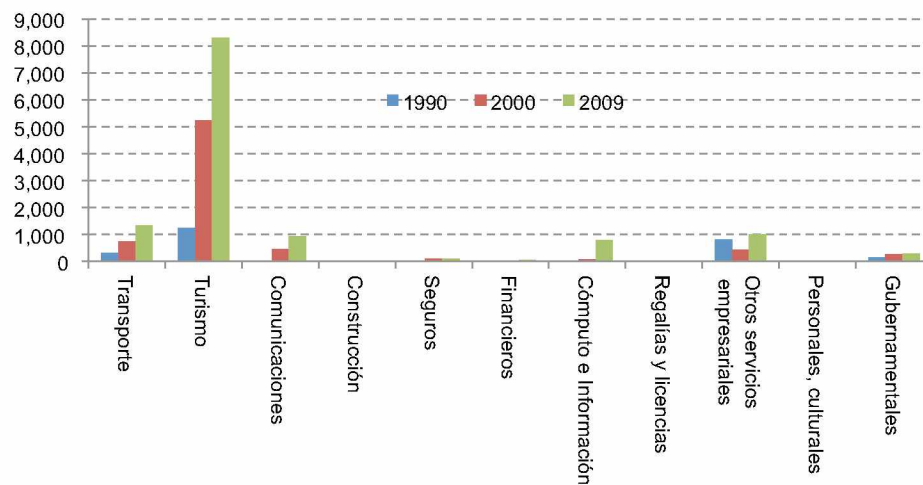
(Millones de dólares)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre información de: Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), Estadísticas.

Gráfico IV-11. Centroamérica y la República Dominicana: exportaciones de servicios, 1990, 2000 y 2009

(Millones de dólares)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre información de: Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), Estadísticas.

En resumen

- El comercio de servicios a nivel mundial ha cobrado una mayor relevancia desde la década de 1990. En ese decenio los servicios crecieron 6.5% y en los años 2000, 9.4% en promedio interanual.
- Los servicios de comunicación, construcción, seguros, financieros, computación e información, regalías por licencias, servicios de negocios, servicios de recreación y servicios gubernamentales (agrupados estadísticamente como “otros servicios”) son los que mayor dinamismo han mostrado.
- En los últimos datos del Banco Mundial sobre el empleo de los servicios a nivel mundial, se observa que en 2005 el 43% del empleo total se creaba en el sector servicios. En la subregión, en Costa Rica, Panamá y la República Dominicana, más del 60% de la PEA se ubica en ese sector.
- El peso del comercio de servicios en la subregión muestra la misma tendencia creciente que la observada a nivel mundial. En todos los casos, con excepción de Panamá, la exportación de servicios turísticos representan en promedio el 61.4% del total de las exportaciones de servicios.

CONCLUSIONES

- A partir de las descripciones y análisis presentados en los capítulos previos, se definen una serie de retos y espacios para la formulación de acciones y estrategias que los países de la subregión deberían de priorizar para fortalecer la integración subregional y fomentar la mayor participación de las PYME en este proceso.

Los retos y oportunidades de las divergencias

- Los países de Centroamérica y la República Dominicana presentan aspectos económicos y sociales que benefician su integración, como la proximidad geográfica y cultural, economías en crecimiento, con vocación exportadora y de tamaños similares, así como un comercio intrarregional dinámico. Estas condiciones favorecen el desarrollo de un mercado subregional ampliado que posibilite el fortalecimiento de actividades económicas existentes y la incorporación de otras nuevas, como sucede actualmente con los servicios. Los países enfrentan el reto de profundizar la liberalización del comercio de servicios intrarregionales, asunto que obliga a discutir con amplitud sobre temas como la movilidad profesional, la prestación transfronteriza de servicios turísticos, de transporte de carga, entre otros asuntos.
- Tampoco deben desestimarse los desafíos sociales comunes: la pobreza, el acceso a servicios básicos como salud y educación, materias de política pública en los que se plantea la posibilidad de encararlos de manera conjunta.
- Algunos de los problemas más relevantes para la subregión están relacionados con la divergencia entre países en áreas como la educación, el acceso a la salud y el crecimiento de los ingresos de la población. Por este motivo, la integración ha avanzado a velocidades distintas entre los diversos países. Luego, es necesario idear mecanismos que allane la convergencia en estas áreas.
- En cambio, algunas de las diferencias entre los países, como la especialización en distintas actividades económicas o los dispares ritmos de crecimiento de su población, son elementos que brindan la oportunidad de buscar la complementariedad económica y social así como la obtención de beneficios de su integración.

Mayor aprovechamiento del mercado intrarregional

- Todos los países de la subregión han adoptado el regionalismo abierto y mantienen un activo comercio internacional, al tiempo que profundizan la integración intrarregional. Aun cuando el mercado subregional es pequeño, el comercio entre los países del MCCA ocupa el segundo lugar en importancia para sus miembros y ha mostrado dinamismo incluso en tiempos de crisis económicas mundiales.
- Los productos con mayor incorporación tecnológica han aumentado su participación en el MCCA, sin que haya declinado la importancia de los basados en recursos naturales. Sería recomendable que los países centroamericanos y la República Dominicana monitorearan el dinamismo del mercado regional e incrementaran su comercio en las áreas de oportunidad donde crece la demanda que no está siendo abastecida por la producción subregional.
- La intensidad en las relaciones comerciales en la subregión ha ido de la mano con un aumento de las inversiones intrarregionales y ha motivado el diseño de proyectos de infraestructura que faciliten el comercio. Aun así, la región enfrenta retos importantes en cuanto a la calidad de la infraestructura de transporte y logística; de hecho, el transporte terrestre sigue siendo costoso y lento. Además, los proyectos para mejorar los pasos fronterizos avanzan con lentitud, y todo esto determina que los costos de transporte sean en muchos casos los más relevantes en el precio final de los productos comercializados. Las PYME resultan más perjudicadas debido a que los volúmenes de su comercio impiden que se beneficien de las ventajas de costos reducidos vinculados con la escala de planta.

Los retos de una mejor inserción internacional

- Los países de la subregión se han insertado exitosamente en el mercado internacional. Las negociaciones conjuntas con sus principales socios comerciales han dado muestras de los beneficios de la integración y al mismo tiempo de los retos y tareas que tienen por delante para consolidarse. Las negociaciones multilaterales han permitido también un mayor acercamiento de los países

miembros del MCCA con Panamá y la República Dominicana, con claras ventajas para el desarrollo mutuo.

- Si bien los países de la subregión han logrado insertarse en las principales corrientes de comercio internacional y han incursionado en mercados de productos dinámicos, aún resta mucho espacio para crecer y beneficiarse de las oportunidades que ofrece el mercado internacional.
- No todos los países han podido ensanchar sus cuotas de mercado en sus principales destinos, aunque sí hayan incrementado sus exportaciones totales. Esto significa que todavía deben hacerse esfuerzos por expandir la oferta exportadora y mejorar la competitividad para enfrentar la creciente competencia internacional.
- El mercado intrarregional podría beneficiarse del comercio con socios externos si se lograran vincular las cadenas productivas nacionales y regionales con el comercio internacional. Si se desea avanzar en esa dirección, es necesario incrementar los vínculos entre las empresas nacionales que producen para los mercados locales y regionales, con las empresas que exportan fuera de la región, incluidas las transnacionales ubicadas en zonas francas. Ya existen programas de vinculaciones y de creación de proveedores que pueden fortalecerse con lógica regional, creando así cadenas de valor regionales vinculadas con las cadenas globales de valor.

Los servicios, un espacio de oportunidades y retos para la subregión

- Un espacio de oportunidad para el crecimiento del comercio y de la integración se halla en el rubro de servicios, el cual ha revelado un franco ascenso a nivel mundial. En los países de la subregión esta actividad también es cada vez más relevante, y ha recibido impulso de la inversión extranjera directa, e incluso ha incrementado su peso en los intercambios intrarregionales, en productos como el software, servicios profesionales, de salud, turísticos, entre otros.
- Con todo, la subregión requiere avanzar en acuerdos cada vez más profundos y ambiciosos sobre el comercio de servicios, de manera que un creciente número de actividades de servicios puedan llevarse a cabo en estos países.

La urgente necesidad de contar con mayor información sobre las PYME en la subregión

- Finalmente, las MIPYME continúan ofreciendo considerables fuentes de empleo en los países de la subregión y aportan una amplia porción del PIB. Constituyen la mayoría del parque empresarial y por lo tanto son actores esenciales para el fortalecimiento de la integración de la subregión. A pesar de que las MIPYME no suelen exportar, cuando lo hacen su comercio se dirige principalmente a los países vecinos de la subregión, lo que subraya la importancia de la integración regional para estas empresas. Además, los principales clientes de las MIPYME son otras empresas, por lo que suelen estar integradas en cadenas productivas nacionales y regionales. Hay un hueco en la investigación sobre la participación de estas empresas en las cadenas regionales y globales de valor. Un estudio al respecto arrojaría luz sobre su participación indirecta en el comercio regional e internacional.

- La ausencia de datos sobre la MIPYME, y la falta de criterios homogéneos regionales para definir y medirlas, dificulta tanto la comprensión de su participación en el comercio regional como el diseño de políticas públicas para su fortalecimiento.

- Es recomendable emprender investigaciones específicas para dar seguimiento a la evolución de estas empresas según su cadena de valor, que permitan el diseño de programas para mejorar su participación en los flujos comerciales intrarregionales, ya sea como exportadores finales, o bien por medio de su vinculación a cadenas regionales.

BIBLIOGRAFÍA

ANDI (Asociación Nacional de Industriales) (2007), Hacia una industria competitiva frente al TLC y la globalización. Diagnóstico de la industria hondureña como primer paso para una Propuesta de Desarrollo Industrial en Honduras, Tegucigalpa, Honduras, Centro de Recursos y Tecnología.

Barquero, Irene (2003) “El Estado y la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa”, colección Cuadernos de Desarrollo Humano Sostenible 21, Tegucigalpa, Honduras, PNUD. http://www.undp.un.hn/publicaciones/colecciones/DH_21.pdf

Centeno Caffarena, Leonardo (s/f) “Situación global de la PYME en Nicaragua”, Presentación La Pyme en Nicaragua, Consejo Nacional de Rectores, Consejo Superior de la Empresa Privada de Nicaragua (COSEP), Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). http://www.cosep.org.ni/rokdownloads/main/cosep/vision_PYME_nicaragua.pdf

CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (s/f), El comercio de servicios en los países de Centroamérica y el Caribe: una evaluación preliminar, Sede Subregional en México, en prensa.

_____ (2011) La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe 2010, (LC/G 2494-P), Santiago de Chile, Chile, Publicación de las Naciones Unidas, N° de venta: 11.II.G.4.

_____ (2009), Visión estratégica de Centroamérica y su inserción internacional, (LC/MEX/L.85), Sede Subregional en México.

Comisión Europea (2007) América Central, documento de estrategia regional 2007-2013. http://www.eeas.europa.eu/ca/rsp/07_13_es.pdf

Cordero, Martha. (2010) Indicadores de comercio exterior: Subregión Norte de América Latina, 2010, (LC/MEX/L.995), México D.F., Sede Subregional de la CEPAL en México. http://www.eclac.org/publicaciones/xml/0/42060/2010-86-L995-Indicadores_de_comercio_exterior_2010.pdf

Costa Rica, Ministerio de Comercio Exterior (2011) Inicializado el Acuerdo de Asociación con la Unión Europea, San José, Costa Rica, 22 de marzo. <http://www.comex.go.cr/prensa/Paginas/CP-1251.aspx>

Chorro, Miguel (2010) “Financiamiento a la inversión de las pequeñas y medianas empresas: el caso de El Salvador”, Serie Financiamiento del Desarrollo N° 225, (LC/L.3236-P), Santiago de Chile, Chile, CEPAL. Publicación de Naciones Unidas, N° de venta: S.10.II.G.39 <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/0/40380/lcl3236e.pdf>

Fernández Sola, Natividad (2011), El Acuerdo de Asociación de la UE con Centroamérica y Panamá: implicaciones prácticas (ARI), España, Real Instituto Elcano. Consultado en noviembre de 2011. http://129.35.96.152/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/europa/ari17-2011

Guzmán, Rolando M. y Marina Ortiz. (2007) Tamaño, eficiencia y uso de la capacidad instalada en las pequeñas y medianas empresas de la República Dominicana, Santo Domingo, República Dominicana, Grupo de Consultoría Pareto, Fondo para el Financiamiento de la Microempresa, Banco Mundial, Santiago, República Dominicana. <http://www.gcpareto.com/Pymes.pdf>

Jiménes, Blanca (2009), Estudio sobre las posibilidades de las Mipyme de aprovechar su potencialidad exportador en el marco del DR-CAFTA, Santo Domingo, República Dominicana, Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), Secretaría de Estado de Industria y Comercio de la República Dominicana, Dirección de Comercio Exterior de la República Dominicana. <http://www.seic.gov.do/comercio-exterior/Documentos%20comercio%20exterior/Estudio%20Mipyme%20en%20el%20DR-CAFTA.pdf>

La Tribuna (2011), “Unas 950,000 Mipyme operan en Honduras”, Tegucigalpa, Honduras, 1ro de agosto. (Consultado en noviembre de 2011). <http://www.latribuna.hn/2011/08/01/unas-950-000-Mipyme-operan-en-honduras/>

López, María Antonia (2010), Nicaragua impulsará a pymes exportadoras en el 2010, Revista Mercados y Tendencias, 9 de febrero. <http://www.revistamyt.com/comercio/653-nicaragua-impulsara-a-pymes-exportadoras-en-el-2010>

Martínez, Jorge Mario, Ramón Padilla y Claudia Schatan (2008), Comercio internacional de bienes y servicios. Los casos de Costa Rica y México, (LC/MEX/L.842/Rev.1), Serie

Estudios y Perspectivas N° 97, México D.F., Sede Subregional de la CEPAL en México. Publicación de Naciones Unidas, N° de venta: S.08.II.G.20. http://www.sedi.oas.org/dctc/AdmAcuerdos/Services/JorgeMarioMartinezPiva_s.pdf

Martínez, Jorge Mario, Ramón Padilla, Claudia Schatan, y Verónica Vega (2010) La industria cinematográfica en México y su participación en la cadena de valor global. (LC/MEX/L.981), México D.F., Sede Subregional de la CEPAL en México. Publicación de Naciones Unidas, N° de venta S.10.II.G.79 http://www.eclac.cl/mexico/publicaciones/xml/8/42088/2010-74-Serie_122-L.981-Ind._cinematog._M%C3%A9xico.pdf

Martínez, Jorge Mario y Martha Cordero (2009) Panamá y el proceso de integración centroamericana, (LC/MEX/L.946), México D.F., Sede Subregional de la CEPAL en México. <http://www.cepal.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/5/38125/P38125.xml&xsl=/mexico/tpl/p9f.xsl&base=/mexico/tpl/top-bottom.xsl>

Monge-González, Ricardo y Juan Antonio Rodríguez-Álvarez (2010), Financiamiento a la inversión a las Pymes en Costa Rica, (LC/L.3261-P), Serie Financiamiento del Desarrollo, N° 233, Santiago de Chile, CEPAL. Publicación de Naciones Unidas, N° de venta: S.07.II.G.43 <http://www.cepal.cl/publicaciones/xml/1/41501/lcl3261pe.pdf>

Observatorio de MIPYME (2008) Hacia el estado de las Mipyme: primer diagnóstico nacional de Mipyme, Serie Observatorio de las MIPYME, San José, Costa Rica. Universidad Estatal a Distancia. <http://oMipyme.uned.ac.cr/recursos/documentos/Primer-diagnostico-nacional-de-Mipyme.pdf>

Pacheco, Amparo y Federico Valerio (2007) DR-CAFTA: aspectos relevantes seleccionados del Tratado y reformas legales que deben realizar a su entrada en vigor los países de Centroamérica y la República Dominicana, (LC/MEX/L.765), Serie Estudios y Perspectivas N° 76, México D.F., Sede Subregional de la CEPAL en México. <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/4/28114/L765.pdf>

Pellandra, Andrea y Juan Alberto Fuentes (2011), “El estado de la integración en Centroamérica”, (LC/MEX/L.1017), Serie Estudios y Perspectivas N° 129, México D.F., Sede Subregional de la CEPAL en México. http://www.cepal.org/publicaciones/xml/8/44208/Estado_actual_integracion_CA_Serie_129_L1017.pdf

Pinilla Díaz, Silma (2002), Una oportunidad para Panamá: remover los obstáculos al desarrollo de las Pyme, Panamá, FUNDES Internacional. <http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/755758174.pdf>

SIECA (Secretaría de la Integración Económica Centroamericana) (2012) Estado de Situación de la Integración Económica Centroamericana. Comunicado N° 8. Guatemala, febrero 2012. <http://www.sieca.int/site/VisorDocs.aspx?IDDOC=Cache/17990000004221/17990000004221.swf>

_____ (2011) Unión Aduanera Centroamericana, Centroamérica, Guatemala, febrero. <http://www.sieca.int/site/Cache/17990000003571/17990000003571.pdf>

Van der Kamp, Rick (2006), Pymes, competitividad y SDE en Nicaragua, un resumen cuantitativo, Managua, Nicaragua, Instituto de Investigación y Desarrollo NITLAPAN-UCA. http://www.nitlapan.org.ni/files/documento/1173904115_Pymes,%20competitividad%20y%20SDE%20en%20Nicaragua.pdf

EXPORTACIONES INTRACENTROAMERICANAS, DESAGREGACIÓN A OCHO DIGITOS.

Cuadro A1-1

COSTA RICA: PRINCIPALES 10 PRODUCTOS EXPORTADOS AL MCCA, DESAGREGACIÓN NIVEL PAÍS, 2000-2011

Sistema Amonizado	Descripción	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Millones de dólares													
21069030	Preparaciones compuestas para la industria de bebidas, excepto las del inciso 33021020	37	39	77	87	90	93	99	109	118	123	117	137
	Hilos, trenzas y cables, de cobre o aluminio (con o sin aleación de silicio, magnesio y manganeso), incluso para uso telefónico (excepto los laqueados, esmaltados, oxidados anódicamente,												
85444921	siliconados o con aislamiento a base de asbesto o fibra de v	9	46	70
48184090	Las demás compresas y tapones higiénicos	24	26	26	25	26	16	15	21	26	26	52	60
30049091	Medicamentos para usos terapéuticos o profilácticos para uso humano	67	82	90	88	91	97	107	99	82	51
	Productos laminados de hierro o acero de espesor superior o igual a 0.16 mm pero inferior o igual a												
72104110	2 mm	15	22	14	13	16	20	22	32	39	20	31	39
21039000	Las demás salsas	6	8	8	9	27	31	24	29	27	22	27	30
19053190	Otras galletas dulces	9	13	16	18	21	23	22	21	27
15119090	Otros aceites de palma	3	4	7	9	10	9	9	16	24	13	11	19
84182100	Refrigeradores domésticos de compresión	11	10	11	14	18	22	44	45	41	32	31	18
84181000	Combinaciones de refrigerador y congelador con puertas exteriores separadas	0	0	0	0	18
Porcentajes													
21069030	Preparaciones compuestas para la industria de bebidas, excepto las del inciso 33021020	6,3	5,9	11,2	11,4	10,3	9,7	9,3	9,2	8,4	10,8	9,1	9,6
	Hilos, trenzas y cables, de cobre o aluminio (con o sin aleación de silicio, magnesio y manganeso), incluso para uso telefónico (excepto los laqueados, esmaltados, oxidados anódicamente,												
85444921	siliconados o con aislamiento a base de asbesto o fibra de v	0,8	3,6	4,9
48184090	Las demás compresas y tapones higiénicos	4,1	3,9	3,8	3,3	3,0	1,7	1,4	1,8	1,8	2,3	4,0	4,2
	Medicamentos para usos terapéuticos o profilácticos para uso humano	9,8	10,7	10,3	9,2	8,6	8,2	7,6	8,7	6,3	3,6
	Productos laminados de hierro o acero de espesor superior o igual a 0.16 mm pero inferior o igual a												
72104110	2 mm	2,5	3,3	2,0	1,7	1,8	2,1	2,1	2,7	2,8	1,8	2,4	2,7
21039000	Las demás salsas	1,0	1,2	1,2	1,2	3,1	3,2	2,3	2,5	1,9	1,9	2,1	2,1
19053190	Otras galletas dulces	1,2	1,5	1,7	1,7	1,8	1,6	1,9	1,6	1,9
15119090	Otros aceites de palma	0,5	0,6	1,0	1,2	1,1	0,9	0,8	1,4	1,7	1,1	0,9	1,3
84182100	Refrigeradores domésticos de compresión	1,9	1,5	1,6	1,8	2,1	2,3	4,1	3,8	2,9	2,8	2,4	1,3
84181000	Combinaciones de refrigerador y congelador con puertas exteriores separadas	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3

Fuente: CEPAL con base en la información de SIECA.

.../ No disponible.

Cuadro A1-2

EL SALVADOR: PRINCIPALES 10 PRODUCTOS EXPORTADOS AL MCCA, DESAGREGACIÓN NIVEL PAÍS, 2000-2011

Sistema Armonizado	Descripción	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Millones de dólares													
48181000	Papel higiénico	17	17	20	24	33	43	54	68	86	86	82	93
19059000	Los demás productos de panadería y pastelería	6	5	5	4	5	23	32	33	33	34	42	56
39233091	Esbozos (preformas) de envases para bebidas	1	1	0	9	18	26	26	32	43	38	40	51
61091000	T-shirts y camisetas de algodón	2	2	3	3	2	2	35	59	109	40	48	46
11022000	Harina de maíz	9	9	7	6	8	16	22	36	38	34	32	46
27101991	Aceites y grasas lubricantes	16	...	19	19	22	23	29	33	35	30	31	45
22029090	Otras aguas	1	0	6	11	13	18	23	25	28	30	32	44
39232190	Otros artículos de envasado de polímeros de etileno	3	3	3	4	4	7	8	15	18	22	33	44
72142000	Barras de hierro o acero con muescas, cordones, surcos o relieves, producidos en el laminado o sometidas a torsión después del laminado	9	8	9	10	17	21	31	45	43	32	32	43
30049091	Medicamentos para usos terapéuticos o profilácticos para uso humano	...	1	20	24	31	33	34	38	42	40	43	40
Porcentajes													
48181000	Papel higiénico	2,3	2,4	2,7	3,2	4,0	4,5	4,8	5,1	5,3	6,2	5,2	4,9
19059000	Los demás productos de panadería y pastelería	0,8	0,7	0,7	0,5	0,6	2,4	2,8	2,5	2,0	2,4	2,7	3,0
39233091	Esbozos (preformas) de envases para bebidas	0,1	0,1	0,0	1,2	2,2	2,7	2,3	2,4	2,7	2,7	2,5	2,7
61091000	T-shirts y camisetas de algodón	0,3	0,3	0,4	0,4	0,2	0,2	3,1	4,4	6,7	2,9	3,0	2,4
11022000	Harina de maíz	1,2	1,2	0,9	0,8	1,0	1,7	2,0	2,7	2,4	2,4	2,0	2,4
27101991	Aceites y grasas lubricantes	2,2	...	2,6	2,5	2,7	2,4	2,6	2,5	2,2	2,2	2,0	2,4
22029090	Otras aguas	0,1	0,0	0,8	1,5	1,6	1,9	2,0	1,9	1,7	2,2	2,0	2,3
39232190	Otros artículos de envasado de polímeros de etileno	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,7	0,7	1,1	1,1	1,6	2,1	2,3
72142000	Barras de hierro o acero con muescas, cordones, surcos o relieves, producidos en el laminado o sometidas a torsión después del laminado	1,2	1,1	1,2	1,3	2,1	2,2	2,8	3,4	2,7	2,3	2,0	2,3
30049091	Medicamentos para usos terapéuticos o profilácticos para uso humano	...	0,1	2,7	3,2	3,8	3,5	3,0	2,8	2,6	2,9	2,7	2,1

Fuente: CEPAL con base en la información de SIECA.

.../ No disponible.

Cuadro A1-3

GUATEMALA: PRINCIPALES 10 PRODUCTOS EXPORTADOS AL MCCA, DESAGREGACIÓN NIVEL PAÍS, 2000-2011

Sistema Armonizado	Descripción	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Millones de dólares													
30049091	Medicamentos para usos terapéuticos o profilácticos para uso humano	...	3	42	41	50	53	46	54	57	55	67	84
27111200	Gas propano	1	...	6	13	17	25	35	47	61	43	68	83
22021000	Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada	3	8	19	25	31	41	46	53	64	57	51	67
72104910	Productos laminados planos de hierro de espesor superior o igual a 0.16 mm pero inferior o igual a 2 mm	8	9	6	10	12	16	24	29	34	26	40	48
33030000	Perfumes y aguas de tocador	8	13	12	13	16	18	22	24	26	29	35	41
69089000	Los demás placas y baldosas de cerámica	5	10	11	12	16	21	30	35	36	27	35	41
19059000	Los demás productos de panadería y pastelería	8	9	6	8	10	12	22	27	36	32	34	40
34022000	Agentes de superficie orgánicos, preparaciones acondicionadas para la venta al por menor	9	11	11	16	16	15	19	24	33	25	28	38
15119090	Otros aceites de palma	4	6	4	3	5	5	11	19	25	21	32	36
72142000	Barras de hierro o acero con muescas, cordones, surcos o relieves, producidos en el laminado o sometidas a torsión después del laminado	8	14	9	12	17	19	15	14	23	23	22	34
Porcentajes													
30049091	Medicamentos para usos terapéuticos o profilácticos para uso humano	...	0,3	4,2	3,8	4,0	3,8	2,9	2,9	2,6	2,9	3,0	3,2
27111200	Gas propano	0,1	...	0,6	1,2	1,4	1,8	2,2	2,5	2,7	2,3	3,0	3,1
22021000	Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada	0,4	0,8	1,9	2,3	2,5	2,9	2,9	2,8	2,9	3,1	2,3	2,5
72104910	Productos laminados planos de hierro de espesor superior o igual a 0.16 mm pero inferior o igual a 2 mm	1,0	0,8	0,6	0,9	1,0	1,1	1,5	1,5	1,5	1,4	1,8	1,8
33030000	Perfumes y aguas de tocador	1,0	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3	1,4	1,3	1,2	1,6	1,6	1,6
69089000	Los demás placas y baldosas de cerámica	0,6	0,9	1,1	1,1	1,3	1,5	1,9	1,9	1,6	1,4	1,6	1,6
19059000	Los demás productos de panadería y pastelería	1,0	0,8	0,6	0,7	0,8	0,9	1,4	1,4	1,6	1,7	1,5	1,5
34022000	Agentes de superficie orgánicos, preparaciones acondicionadas para la venta al por menor	1,1	1,0	1,1	1,5	1,3	1,1	1,2	1,3	1,5	1,3	1,2	1,4
15119090	Otros aceites de palma	0,5	0,6	0,4	0,3	0,4	0,4	0,7	1,0	1,1	1,1	1,4	1,4
72142000	Barras de hierro o acero con muescas, cordones, surcos o relieves, producidos en el laminado o sometidas a torsión después del laminado	1,0	1,3	0,9	1,1	1,4	1,4	1,0	0,7	1,0	1,2	1,0	1,3

Fuente: CEPAL con base en la información de SIECA.
.../ No disponible.

Cuadro A1-4

HONDURAS: PRINCIPALES 10 PRODUCTOS EXPORTADOS AL MCCA, DESAGREGACIÓN NIVEL PAÍS, 2000-2011

Sistema Armonizado	Descripción	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Millones de dólares													
09011130	Café oro	3	1	0	2	1	2	2	5	1	1	6	97
15119090	Otros aceites de palma	9	6	7	14	16	12	13	31	48	51	55	71
34011900	Los demás jabones y preparaciones orgánicos	0	0	0	30	44	41	42	41	52	46	13	59
48191000	Cajas de papel o cartón corrugados	1	1	3	6	8	7	4	6	10	15	37	35
07133340	Granos de frijol rojos	27
24022000	Cigarrillos que contengan tabaco	4	6	13	14	15	11	6	18	21	22	23	27
19059000	Los demás productos de panadería	1	1	1	5	10	16	8	12	12	15	12	23
73089000	Las demás construcciones y sus partes	0,2	0	0	0	1	1	2	3	2	2	2	22
39233091	Esbozos (preformas) de envases para bebidas	0	0	1	2	6	6	11	17	21	16	14	21
29041000	Derivados solamente sulfurados, sus sales y sus esteres etílicos	6	3	8	15	14	16	10	1	15
Porcentajes													
09011130	Café oro	1,0	0,5	0,0	0,7	0,3	0,5	0,5	0,8	0,1	0,2	1,3	12,1
15119090	Otros aceites de palma	2,9	2,8	2,7	4,9	5,1	3,2	3,0	5,2	5,5	10,0	12,2	8,8
34011900	Los demás jabones y preparaciones orgánicos	0,0	0,0	0,0	10,5	14,1	10,9	9,7	6,9	6,0	9,0	2,9	7,3
48191000	Cajas de papel o cartón corrugados	0,3	0,5	1,1	2,1	2,6	1,9	0,9	1,0	1,1	2,9	8,2	4,4
07133340	Granos de frijol rojos	3,4
24022000	Cigarrillos que contengan tabaco	1,3	2,8	5,0	4,9	4,8	2,9	1,4	3,0	2,4	4,3	5,1	3,4
19059000	Los demás productos de panadería	0,3	0,5	0,4	1,7	3,2	4,3	1,8	2,0	1,4	2,9	2,7	2,9
73089000	Las demás construcciones y sus partes	0,1	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3	0,5	0,5	0,2	0,4	0,4	2,7
39233091	Esbozos (preformas) de envases para bebidas	0,0	0,0	0,4	0,7	1,9	1,6	2,5	2,9	2,4	3,1	3,1	2,6
29041000	Derivados solamente sulfurados, sus sales y sus esteres etílicos	2,1	1,0	2,1	3,5	2,3	1,8	2,0	0,2	1,9

Fuente: CEPAL con base en la información de SIECA.
.../ No disponible.

Cuadro A1-5

NICARAGUA: PRINCIPALES 10 PRODUCTOS EXPORTADOS AL MCCA, DESAGREGACIÓN NIVEL PAÍS, 2000-2011

Sistema Armonizado	Descripción	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Millones de dólares													
02013000	Carne bovina, fresca o refrigerada, deshuesada	20	17	17	22	28	34	48	59	57	49	45	50
04022121	Leche y nata , sin adición de azúcar, en envases de contenido neto inferior a 5 kg	1	1	1	3	6	4	20	36	43	34	43	36
21011100	Extractos, esencias y concentrados de café	0	0	0	0	6	10	13	16	22	22	21	24
04063000	Queso fundido, excepto el rallado o en polvo	4	3	5	8	8	8	10	12	16	21	21	23
04069090	Otros queso y requesón	1	9	11	10	12	15	18	19	21	22
15111000	Aceite en bruto de palma	...	0	0	1	1	1	1	0	0	...	3	16
07133340	Judías común	16
04069010	Queso tipo mozzarella	0	...	0	1	5	8	11	11	12	15
27101140	Aceite liviano Espiritu blanco ("White spirit")	0	4	5	8	12	8	7	7	9	12
04061000	Queso fresco (sin madurar), incluido el del lactosuero, y requesón	14	8	4	1	0	0	2	9	13	17	7	11
Porcentajes													
02013000	Carne bovina, fresca o refrigerada, deshuesada	12,2	9,7	8,6	9,9	11,3	11,8	13,7	13,7	11,5	10,9	10,8	11,2
04022121	Leche y nata , sin adición de azúcar, en envases de contenido neto inferior a 5 kg	0,6	0,6	0,5	1,3	2,4	1,4	5,7	8,3	8,7	7,6	10,4	8,1
21011100	Extractos, esencias y concentrados de café	0,0	0,0	0,0	0,0	2,4	3,5	3,7	3,7	4,4	4,9	5,1	5,4
04063000	Queso fundido, excepto el rallado o en polvo	2,4	1,7	2,5	3,6	3,2	2,8	2,8	2,8	3,2	4,7	5,1	5,1
04069090	Otros queso y requesón	0,5	4,0	4,4	3,5	3,4	3,5	3,6	4,2	5,1	4,9
15111000	Aceite en bruto de palma	...	0,0	0,0	0,4	0,4	0,3	0,3	0,0	0,0	...	0,7	3,6
07133340	Judías común	3,6
04069010	Queso tipo mozzarella	0,0	0,0	0,0	0,3	1,4	1,9	2,2	2,4	2,9	3,4
27101140	Aceite liviano Espiritu blanco ("White spirit")	0,0	1,8	2,0	2,8	3,4	1,9	1,4	1,6	2,2	2,7
04061000	Queso fresco (sin madurar), incluido el del lactosuero, y requesón	8,5	4,6	2,0	0,4	0,0	0,0	0,6	2,1	2,6	3,8	1,7	2,5

Fuente: CEPAL con base en la información de SIECA.

.../ No disponible.

Programa de apoyo
al acceso de la
MIPYME al mercado regional

