

**NACIONES UNIDAS
COMISION ECONOMICA
PARA AMERICA LATINA
Y EL CARIBE - CEPAL**



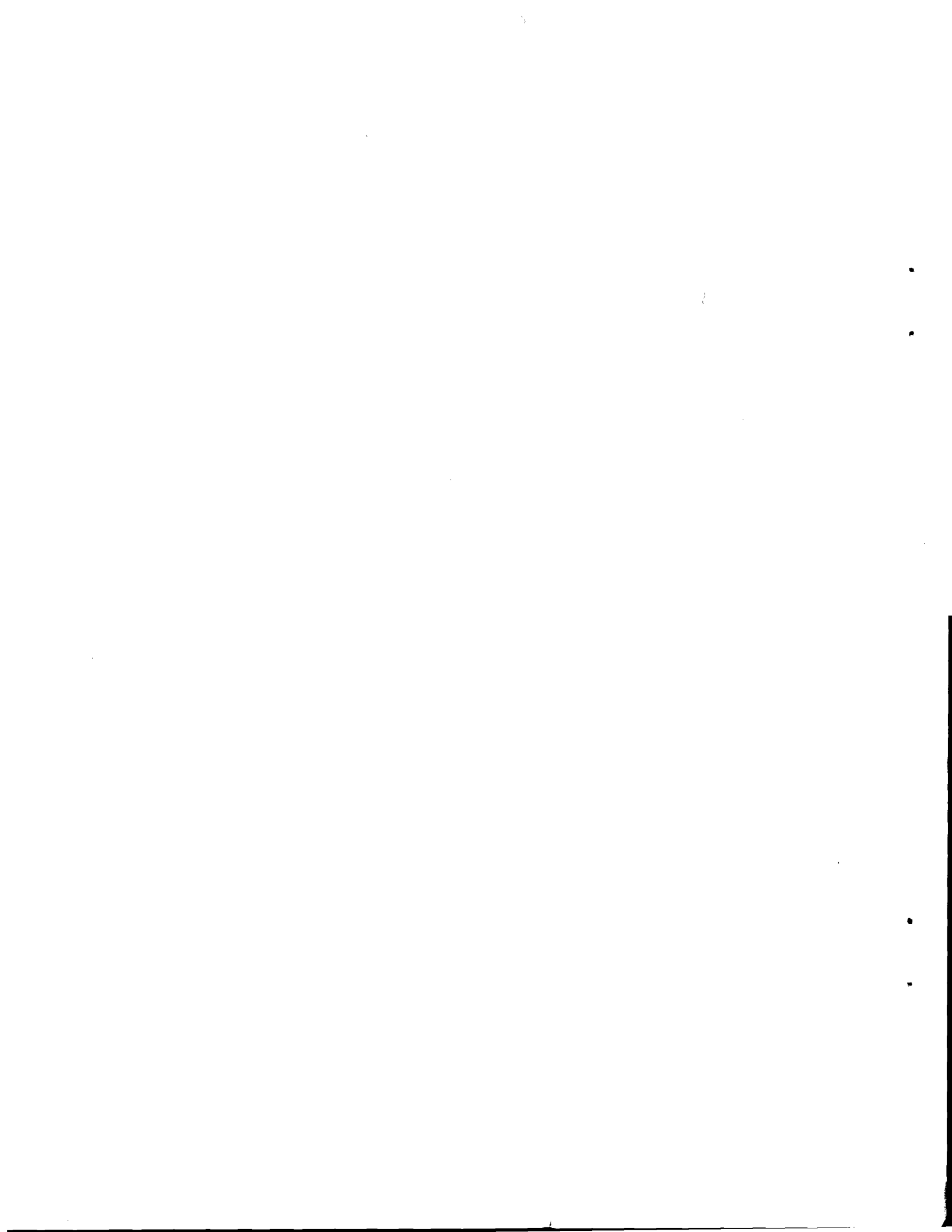
Distr.
LIMITADA

LC/MEX/L.345
23 de febrero de 1998

ORIGINAL: ESPAÑOL



**CALIDAD DE LA INSERCIÓN INTERNACIONAL DE PRODUCTOS
AGROPECUARIOS DE CENTROAMERICA**

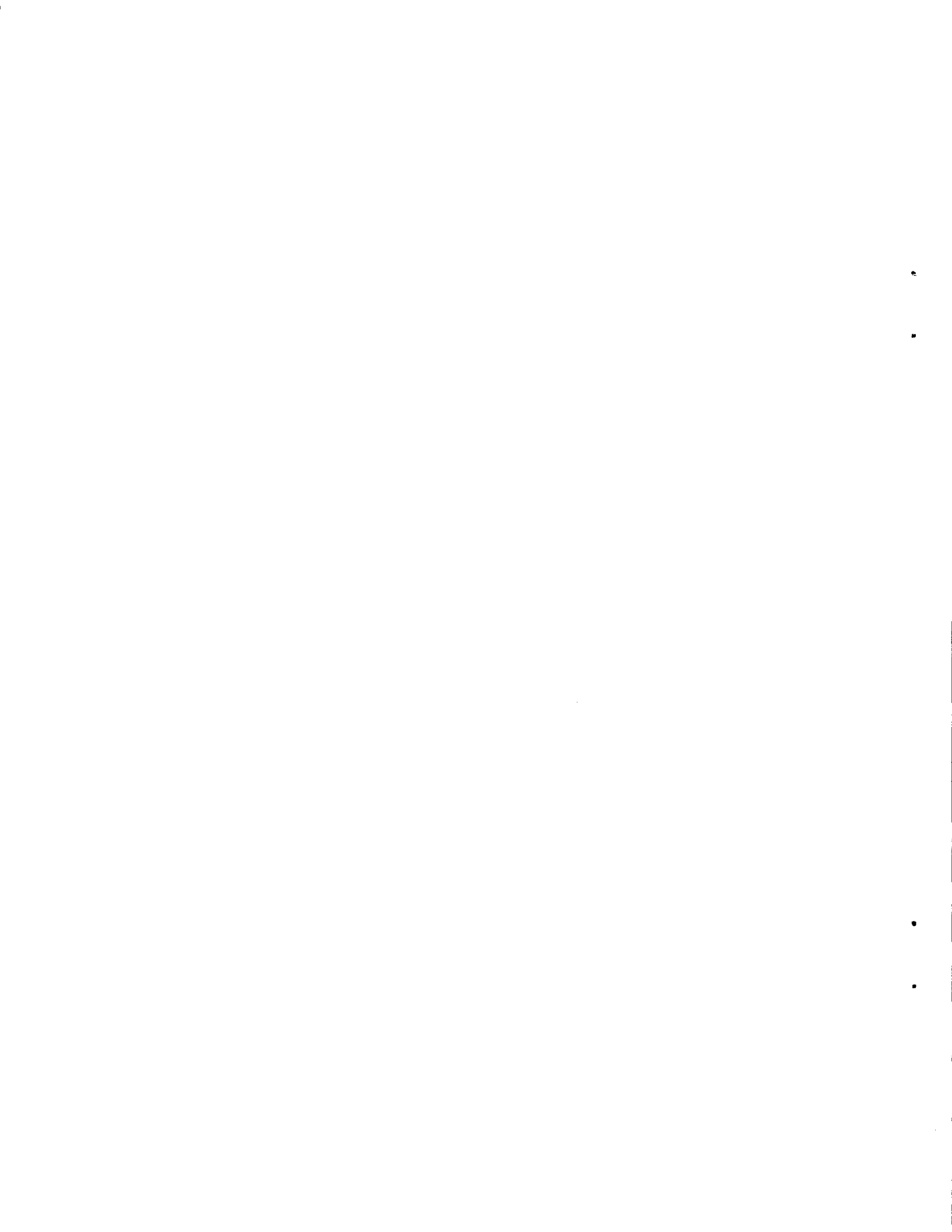




INDICE

	<u>Página</u>
INTRODUCCION	1
1. Cambios recientes en el comercio centroamericano de bienes	3
a) Estructura de las exportaciones totales	4
b) Estructura de las exportaciones agropecuarias y agroindustriales	4
c) Comercio con los Estados Unidos	6
d) Diversificación de mercado	8
2. Competitividad	10
a) Productos tradicionales	11
b) Productos no tradicionales	13
c) Especialización en el mercado de los Estados Unidos	14
d) Precios unitarios relativos en el mercado estadounidense	16
e) Competitividad en el mercado de los Estados Unidos	17
f) Competitividad en los países de la OCDE	17
3. Conclusiones	20
<u>Anexo estadístico</u>	23





INTRODUCCION

Hasta muy avanzada la década de los ochenta sólo un número reducido de productos agropecuarios centroamericanos ocupaban los primeros lugares entre sus exportaciones. En los noventa se ha dado un giro en varios países, ya que la industria maquiladora empezó a adquirir posiciones relevantes en las ventas externas. Al mismo tiempo, las exportaciones agropecuarias y agroindustriales mostraron signos de diversificación, y en algunos casos notables incrementos del valor. Con todo, los nuevos rubros todavía no llegan a reemplazar en su importancia como fuente de divisas a los llamados productos tradicionales.

El objetivo de este documento es identificar los cambios ocurridos en la estructura de las exportaciones agroindustriales de Centroamérica y examinar la posición que éstas guardan en los mercados. Los países de la región comparten muchas características en cuanto a sus condiciones de producción; por esta razón, los rubros en los que incursionan se asemejan y compiten, en general, en los mismos mercados.

A fin de caracterizar la calidad de la inserción de dichos productos, se hace referencia a varios indicadores que dan cuenta de su competitividad en los mercados de los países desarrollados. Entre éstos figuran sus precios unitarios implícitos, la especialización en ciertos rubros, la diversificación de mercados, y el dinamismo del mercado de destino. Así, precios implícitos superiores a los que rigen en promedio en el mercado de destino pueden estar reflejando una mayor calidad del producto; un alto grado de especialización quizás se vincule a la formación de un nicho de mercado; la diversificación de mercados, por su parte, significa una menor dependencia y una mayor competitividad de productos en varios mercados. Y en cuanto a estos últimos, lograr una mayor participación en los que son dinámicos, o la pérdida de posiciones en aquellos que tienden a estancarse, forman parte de una calidad superior en la inserción en el mercado.

En la elaboración del estudio se tomó como base la información de comercio exterior proporcionada por los países de la región, ordenada de acuerdo con la clasificación arancelaria del Sistema Armonizado. Con objeto de obtener una mayor especificidad (8 dígitos) se recurrió a la clasificación detallada de la SIECA y del Departamento de Comercio de los Estados Unidos. En la definición de los rubros agroindustriales se respetó el criterio que considera una gama más amplia de productos que los incluidos en los primeros 24 capítulos del Sistema Armonizado. 1/ A partir de ahí, se seleccionaron los 25 productos que contribuyen con mayor valor a las exportaciones así ordenadas.

Por su importancia tradicional, se prestó particular atención al comercio de la región con los Estados Unidos. Luego se utilizó la información proporcionada por su Departamento de Comercio,

1/ Véase CEPAL, Unidad de Desarrollo Agrícola, "América Latina y el Caribe: Cuantificación de Nuevas Categorías Agroindustriales, *Las relaciones agroindustriales y la transformación de la agricultura* (LC/L.919), Santiago de Chile, 1995.

contenida en el programa MAGIC. 2/ Ello permitió comparar precios unitarios implícitos —no contenidos en la información relacionada con otros mercados—, así como la especialización del comercio de cada país centroamericano en ciertos rubros.

Los datos que se refieren al comercio con otros mercados se tomaron de la Base de Datos de Comercio Exterior de la CEPAL (BADECEL), clasificación CUCI, revisión 3. Para identificar un mismo producto clasificado bajo dos diferentes sistemas, se utilizó la matriz de correlaciones de la CEPAL. 3/ El empleo de otro programa, CANAGRO, 4/ permitió identificar la calidad de la participación de los productos centroamericanos en el conjunto de los mercados de los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) de acuerdo con una matriz de competitividad. 5/

El análisis se enriqueció con las entrevistas realizadas a cooperativas, empresas productoras y comercializadoras en los cinco países de la región.

En la primera parte del trabajo se examinan los cambios más trascendentes registrados en la estructura de las exportaciones de bienes de Centroamérica y en los mercados de destino; en la segunda parte se analizan algunos indicadores de la competitividad de los productos agropecuarios y agroindustriales.

2/ Module to Analyse the Growth of International Commerce (MAGIC), programa de cómputo elaborado por la Sección de Desarrollo Industrial de la Sede Subregional de la CEPAL en México.

3/ Véase, CEPAL, "Clasificaciones estadísticas internacionales incorporadas en el Banco de Datos del Comercio Exterior de América Latina y el Caribe de la CEPAL", en *Cuadernos Estadísticos No. 18* (LC/G.1744-P), Santiago de Chile, 1993.

4/ Análisis de la competitividad agrícola de los países (versión 1.0) desarrollado por la CEPAL, División de Desarrollo Productivo y Empresarial, Unidad de Desarrollo Agrícola.

5/ Aunque los datos de las diferentes fuentes no son totalmente comparables, ya que los de la clasificación CUCI pueden abarcar varias partidas del Sistema Armonizado, las partidas seleccionadas como las más significativas para el comercio de los países centroamericanos son las que tienen el mayor peso en la partida clasificada bajo el sistema CUCI, Rev. 3. El examen de los datos confirma que la diferencia no es muy grande y que, por lo tanto, BADECEL proporciona una clara idea de cómo se han comportado otros mercados para los productos seleccionados. En cuanto al comercio con los Estados Unidos, en algunas partidas arancelarias se encontraron diferencias entre la información de los países de la región sobre sus exportaciones hacia ese mercado y la que proporcionan las aduanas de los Estados Unidos, contenida en el programa MAGIC. En particular, el valor de las exportaciones de carne, camarón y otros crustáceos de los países resulta inferior a la que registra la aduana. Las razones pueden ser múltiples, desde subvaluación en la facturación, ventas no registradas, triangulación, evasión de impuestos, etc., hasta simples fallas en la recopilación de datos. A fin de mantener la consistencia entre varias fuentes, se optó por conservar la información oficial de cada país sobre sus exportaciones. Al comparar estas últimas con otras fuentes, se comprueba que la tendencia descrita más adelante no se altera aunque sí se acentúa el sentido. Cabe aclarar que en el análisis de los cambios en la estructura de las exportaciones de Centroamérica hacia los Estados Unidos, se tuvo que excluir a Honduras. Los datos proporcionados por este país sobre sus exportaciones totales son muy inferiores a la importación que registra el Departamento de Comercio de los Estados Unidos desde Honduras. Asimismo, son menores a los datos de balanza de pagos que reporta la CEPAL en su estudio económico anual.

Como referencia, conviene tener presente la participación relativa de cada país en las ventas externas de la región, que se muestra en el siguiente cuadro.

EXPORTACIONES DE CENTROAMERICA: PARTICIPACION POR PAISES, 1995

(Porcentajes)

	En las exportaciones totales	En las exportaciones agropecuarias y agroindustriales
Total	100.0	100.0
Costa Rica	40.3	38.5
El Salvador	14.6	11.9
Guatemala	28.0	28.7
Honduras	9.6	12.6
Nicaragua	7.5	8.3

Fuente: CEPAL, sobre la base de cifras oficiales de los países.

1. Cambios recientes en el comercio centroamericano de bienes

La exportación de bienes, en la que el sector agropecuario tiene una participación relevante, representa una crucial fuente de divisas en los países del área; las oportunidades que abren los nichos de consumo y las novedosas formas de comercialización a las que ahora se recurre, la apertura comercial, las nuevas formas de inversión, la producción de la maquila, y la posibilidad de incursionar en nuevos mercados, han generado expectativas para orientar la actividad exportadora.

Si bien algunas de las actividades de exportación de mayor peso para la economía regional se han visto afectadas en los últimos años, otras empiezan a cobrar relevancia y se perfilan como alternativas para reactivar el sector desde la perspectiva de la demanda.

En el conjunto de la actividad, sin embargo, los cambios todavía no son muy notorios. Las modificaciones en la estructura de las exportaciones de bienes de Centroamérica, en años recientes, se pueden apreciar en tres planos distintos. Primero, se destaca la dinámica que están adquiriendo algunas ramas distintas de las tradicionales, no necesariamente vinculadas a la producción agropecuaria y agroindustrial; segundo, es evidente la permanencia de las actividades tradicionales en la estructura de las exportaciones agropecuarias aunque ya se aprecia el surgimiento e impulso de productos no tradicionales; y tercero, es palpable la diversificación de los mercados de destino.

a) Estructura de las exportaciones totales

Desde 1990 se ha venido reduciendo la participación de los rubros agropecuarios y agroindustriales en el valor total de los bienes exportados a escala regional. Así, en la década de los ochenta alrededor de las cuatro quintas partes de las divisas por exportaciones de bienes tenían origen agropecuario, proporción que en años recientes disminuyó a 69%. (Véase el cuadro 1 en el anexo estadístico.) Si bien entre 1994 y 1995 su crecimiento fue ligeramente mayor al del total de las exportaciones de bienes (un punto porcentual), todo indica que su contribución continuará retrocediendo a causa de la expansión acelerada de la maquila, la virtual desaparición de algunas actividades —como la producción de algodón— y el descenso de otras que antes eran muy importantes, como la producción de carne. Por otra parte, es previsible un aumento de las exportaciones industriales de origen agropecuario respecto de las ventas de productos no elaborados, ya que los productores centroamericanos han puesto de manifiesto su intención de avanzar en la transformación de los productos primarios para conseguir un mayor valor agregado.

En Costa Rica, El Salvador y Guatemala, la industria de la confección y la maquila en general se empiezan a colocar entre los primeros lugares en el valor de las exportaciones. En Honduras y Nicaragua, en cambio, el peso de los productos agropecuarios sigue siendo todavía el más significativo, pese al dinamismo de la maquila. En los cuadros 2 al 6 se aprecia el valor de las exportaciones de los 25 productos agroindustriales más importantes en cada país, así como la significación del sector en las exportaciones totales.

b) Estructura de las exportaciones agropecuarias y agroindustriales

El sector agroexportador centroamericano presenta una alta concentración en pocos productos. A fin de facilitar el análisis de los cambios en la estructura de las exportaciones agropecuarias se seleccionaron los 25 rubros más relevantes por su valor. En 1995 ese grupo representaba por sí solo más del 80% del total de ventas del sector. ^{6/} (Véase de nuevo el cuadro 1.)

Los productos tradicionales de exportación —café, banano fresco, azúcar, carne de bovino, además de camarones y langostas congeladas, y semilla de ajonjolí— mantienen su lugar como los de mayor peso en la generación de divisas. En 1995 aportaron, en conjunto, 70% del valor de las exportaciones agroindustriales. Los tres primeros contribuyeron con casi 64% de las ventas sectoriales.

En la década de los noventa el café recupera su lugar como el primer producto agroindustrial de exportación de la región; salvo en Costa Rica, en el resto de los países representa más del 35% del valor de las exportaciones agroindustriales. Con todo, se trata de un producto de posición inestable. La coyuntura favorable depende del comportamiento de los precios en el mercado internacional, que entre 1994 y 1995 se elevaron 53%, tras la caída vertiginosa a fines de la década

^{6/} En adelante, la referencia al sector agropecuario incluye productos transformados de origen agropecuario.

pasada. El café aporta 22% de las ventas sectoriales de Costa Rica, casi 65% en El Salvador, 40% en Guatemala, 56% en Honduras y 30% en Nicaragua. (Véanse de nuevo los cuadros 2 al 6.)

Recuadro 1

CENTROAMERICA: PRINCIPALES EXPORTACIONES AGROPECUARIAS Y AGROINDUSTRIALES ^{a/}

1.	Café oro	14.	Preparaciones para sopas
2.	Bananas frescas	15.	Pastas preparadas de frutas
3.	Azúcar de caña sin refinar	16.	Atunes listados y bonitos en conserva
4.	Camarones, langostinos congelados	17.	Productos a base de cereales insuflados
5.	Piñas frescas	18.	Pescados secos
6.	Melones frescos	19.	Galletas dulces "gaufres"
7.	Carne de bovino deshuesada congelada	20.	Sardinias y sardinelas en conserva
8.	Semilla de sésamo (ajonjolí)	21.	Yuca (mandioca)
9.	Langostas congeladas	22.	Aceite de palma en bruto
10.	Carne de bovino deshuesada fresca	23.	Otras preparaciones alimenticias
11.	Follajes ornamentales frescos	24.	Preparaciones sin alcohol para bebidas
12.	Cardamomo	25.	Látex de caucho natural
13.	Plantas vivas		

^{a/} La importancia relativa de estos productos difiere de un país a otro.

El banano, segundo lugar en las exportaciones de estos productos, a diferencia del café, genera ingresos de divisas más estables; entre 1994 y 1995 el valor de las ventas de la región aumentó 100 millones de dólares. En igual período, el valor de las exportaciones de azúcar se incrementó 41%, que se mantuvo como el tercer producto de la región. Al igual que en el caso del café, la recuperación de los precios influyó en este desempeño.

Los esfuerzos por fortalecer otras actividades han permitido incorporar al mercado externo una gran variedad de productos, entre éstos la piña y los melones frescos, que aportan alrededor del 3% de las exportaciones sectoriales. En 1995 sus ventas representaron un ingreso de más de 140 millones de dólares; el importe ha ido creciendo en los últimos años debido a que se han incorporado nuevos productores al cultivo, atraídos por las perspectivas de obtener mayores ganancias, en comparación con otras actividades que van disminuyendo su rentabilidad, como la ganadería. Otros 10 ítems corresponden a productos procesados que en conjunto proveen poco más del 5% del valor de las exportaciones agroindustriales, a los que se suman productos conocidos como "étnicos", destinados a nichos de mercado. (Véase de nuevo el cuadro 1.)

Recuadro 2**LOS PRODUCTORES DE PIÑA**

En Costa Rica, la ganadería tanto para leche como para engorda ha dejado de ser considerada por algunos productores como una actividad segura. La producción de piña, en cambio, tiene mayores ventajas: además de que se halla en expansión, por el momento participa de incentivos fiscales, tiene precios más estables que los de la carne y, a diferencia de la actividad ganadera, las empresas comercializadoras de piña pagan en dólares. Esto último permite a los productores enfrentar con mayor solidez las variaciones de los costos internos, de los precios de la maquinaria y de los insumos importados. Por estas razones, se han ido dedicando mayores extensiones al cultivo de esta fruta.

Fuente: Entrevistas con empresarios en Costa Rica, junio de 1997.

Costa Rica y Guatemala sobresalen en las acciones encaminadas a impulsar los nuevos rubros agroindustriales de exportación. El primero ha logrado imprimir el mayor dinamismo a la diversificación, y junto con Honduras concentra la mayor parte de las exportaciones de melón y piña. Además, Costa Rica ha incrementado la producción de follajes ornamentales, plantas vivas, pastas preparadas de frutas, aceite de palma y varios productos procesados, enlatados o en conserva. Guatemala se destaca en preparados para sopas y potajes, productos a base de cereales y en los vegetales congelados, principalmente los minivegetales.

Nicaragua ha quedado rezagado en la diversificación y con serios problemas en la ganadería y en la industria de la carne, una de sus principales fuentes de divisas. El Salvador, a su vez, ha dado mayor importancia a productos no agropecuarios, como los textiles.

En el mercado de nuevos productos participan grandes empresas trasnacionales, cuya experiencia, conocimiento, infraestructura y recursos son factores que contribuyen a mantener su producción y ventas en forma ascendente. También existe un grupo numeroso de productores exportadores medianos con presencia en el mercado. Para ellos, los ajustes en las políticas de desarrollo agropecuario y la mayor competencia en el mercado internacional introducen factores de riesgo que dificultan la diversificación y la consolidación de posiciones en el mercado.

c) Comercio con los Estados Unidos

El valor de las exportaciones agropecuarias centroamericanas ha experimentado un crecimiento continuo, y los Estados Unidos constituyen su principal destino. En el comercio bilateral con este país se están perfilando dos cambios importantes. Primero, aunque las exportaciones agropecuarias centroamericanas siguen aumentando su valor, su participación en el total de las ventas regionales de bienes se está reduciendo. Este fenómeno refleja la expansión de actividades como la industria maquiladora, así como la caída de los precios de la carne y el banano, de gran peso en las

ventas centroamericanas a los Estados Unidos. Segundo, entre los productos agropecuarios se registra una diferencia en la selección de mercados: los llamados tradicionales conservan ese mercado en forma prioritaria (el 75%), mientras que los productos de reciente exportación buscan nuevos mercados.

Así, en 1990 las ventas agropecuarias (excluyendo a Honduras) representaban alrededor de 54% de las ventas regionales hacia los Estados Unidos, en tanto que en 1995 sólo llegaron a 37%. (Véase el cuadro 7.)

Dichas exportaciones se concentran en muy pocos productos. Los 25 primeros por su valor en 1995 generaron poco más del 88% de las ventas sectoriales. El mayor peso corresponde a los productos tradicionales —banano, café y azúcar—, a los que se suman rubros de explotación relativamente reciente, como camarones y langostas. La carne podría estar en la misma situación si no fuera por el marcado descenso de los precios internacionales.

Algunos productos no tradicionales han empezado a colocarse entre los primeros lugares; los más significativos son el melón (3.6%) y la piña (1.9%). Entre 1990 y 1995 las ventas de melón a ese país pasaron de alrededor de 31 millones de dólares a 71 millones; las de piña no se expandieron tan rápidamente, pero se han mantenido alrededor de los 36 millones de dólares.

Al examinar la relación de cada país se advierte que el cambio en la estructura de las exportaciones se da en forma más acentuada en el caso de El Salvador. Aun cuando el valor de las exportaciones agroindustriales a los Estados Unidos ha crecido, su participación en el total de las ventas externas disminuyó de aproximadamente 51% en 1990 a casi 16% en 1995. (Véase el cuadro 8.) La estructura de sus exportaciones hacia ese país está relativamente más diversificada, y los productos agropecuarios y agroindustriales aparecen cada vez menos entre los más relevantes. De esta manera, sólo 4 de los 25 productos más destacados en el comercio con los Estados Unidos son de origen agropecuario o agroindustrial: el café, camarones y langostas, azúcar, y alcohol etílico no desnaturalizado.

En Costa Rica la participación de las exportaciones agropecuarias en las ventas totales destinadas a los Estados Unidos pasó de casi 45% en 1990 a 37% en 1995. En este año, de los 25 productos de exportación de mayor relevancia dirigidos a ese mercado, sólo 6 eran agropecuarios y agroindustriales: banano, café, piña fresca, carne de bovino deshuesada, fresca y congelada, melones y alcohol etílico. En el resto destaca la ropa, en especial de niños y niñas, o bebés; es decir, productos de la industria maquiladora.

En el caso de Guatemala sobresalen como productos de exportación a los Estados Unidos el café, el banano, los melones, los vegetales, la semilla de ajonjolí y los camarones, pero el conjunto de las exportaciones agropecuarias hacia ese mercado disminuyó su participación en las ventas totales, de 66% en 1990 a 44% en 1995.

En Honduras mantienen relevancia la madera, los productos de tabaco, las frutas y vegetales tanto frescos como procesados, los pescados y mariscos, y la carne de bovino. Los bananos continúan siendo el primer producto de exportación a los Estados Unidos, seguidos por los camarones, el café, la langosta (*rock lobster*) y otros cangrejos de mar, los cigarrillos, y los melones

frescos. La participación del conjunto de los productos agropecuarios en las exportaciones totales, según los datos del Departamento de Comercio de los Estados Unidos, descendió de 68 a 28% en el lapso de cinco años.

Nicaragua representa un caso particular en el comercio con los Estados Unidos. Durante la década de los ochenta su intercambio cayó drásticamente y empezó a recuperarse en forma acelerada a partir de 1990. ^{7/} Son relativamente pocas las partidas comprendidas en las exportaciones totales hacia los Estados Unidos. De ellas, cerca de la mitad corresponden a productos agropecuarios y agroindustriales, que en conjunto representaban alrededor del 90% del valor de las ventas totales a dicho mercado hasta 1992. Esa proporción disminuyó a partir de 1993 hasta llegar a 57% en 1995, una de las más altas de la región. Entre los primeros 25 productos de exportación se cuentan 13 productos agropecuarios y agroindustriales; los camarones y las langostas y crustáceos ocupan los dos primeros lugares.

d) Diversificación de mercado

La evolución de las ventas externas, según su destino, pone de relieve el mayor dinamismo que en años recientes están adquiriendo otros mercados diferentes al de los Estados Unidos. Así, entre 1994 y 1995 el valor total de las exportaciones agropecuarias y agroindustriales aumentó (26%) a un ritmo superior al de las ventas de esos productos en el mercado estadounidense (12%). En consecuencia, esa dinámica empezó a reflejarse en una menor participación de este mercado en la demanda de productos agroindustriales centroamericanos. Mientras que en 1994 los Estados Unidos adquirirían 47% de esos productos, en 1995 sólo compraban 42%. (Véase el cuadro 9.)

Nueve productos, en su mayoría tradicionales, son los de mayor relevancia con destino a los Estados Unidos. Este país sigue siendo el principal mercado del banano, los camarones y langostinos, las langostas y la carne, tanto fresca como congelada.

Otros productos tradicionales, como el café y el azúcar, tienen una mayor diversidad de mercados. Además, han adquirido mayor peso en la estructura de ventas por el efecto de los precios. Europa, Canadá y algunos países asiáticos absorben la mayoría de las exportaciones de café centroamericano, mientras que sólo 23% de sus ventas llegó a los Estados Unidos en 1995. (Véase el cuadro 10.)

Por lo que se refiere al azúcar, Guatemala es el principal proveedor (72% de la región en 1995) y sólo destina alrededor del 16% de sus ventas al mercado estadounidense; el resto lo vende a otros 13 países, entre los que destacan la provincia china de Taiwán, la República Popular China, Perú y Venezuela, aunque se trata de mercados relativamente inestables en su demanda.

^{7/} Es de notarse la diferencia en el valor de las exportaciones de 1990 y los años siguientes: en 1991 el valor es casi cuatro veces mayor al de 1990; en 1993 se duplicó el valor de 1991, y posteriormente, de 1993 a 1995, se mantuvo un ritmo de crecimiento promedio anual del orden del 37%.

Entre los productos no tradicionales, más de la mitad del valor de las ventas que van en ascenso, como melón y piña, se dirigen al mercado estadounidense (79 y 57%, respectivamente, en 1995) pese a las oportunidades para ampliar sus ventas, sobre todo en el mercado europeo. Aunque para muchos exportadores este último resulta muy atractivo, existen diversas razones por las que el destino natural de sus ventas continúa siendo los Estados Unidos. La primera, la cercanía geográfica; para productos agropecuarios, en especial los perecederos, la insuficiencia de transporte y de equipos de refrigeración adecuados para conservar la calidad y prolongar la vida de anaquel limita las ventas, que se concentran en las grandes comercializadoras que cuentan con esta infraestructura. Además, las ventas de la región han gozado, en general, de un trato preferencial en términos de exención de pago de aranceles combinados con cuotas, lo que les dio por muchos años ventajas comparativas en costos y precios frente a otros competidores.

En segundo lugar, la diversificación de los mercados y de los productos también depende en gran medida del acceso a canales de comercialización adecuados. Por un lado, el tamaño y los recursos de las empresas comercializadoras; y por el otro, el volumen, la calidad y precio del producto exportable, condicionan que la apertura de nuevos mercados sea o no rentable. Algunos productos tienen una gran demanda en mercados distintos del estadounidense, pero su volumen no es suficiente para destinarle una unidad de transporte, de tal forma que su realización en el mercado depende más del destino de los productos tradicionales con los que puede combinar su comercialización. La mayoría de los exportadores optan por comercializar sus productos a través de los canales conocidos y estables, que aseguran el cumplimiento de las condiciones pactadas o contratadas, aun cuando no siempre obtengan el mejor precio.

En tercer lugar, razones de carácter técnico impiden la diversificación de mercados. A título ilustrativo valga recordar que los productores y exportadores de carne han adaptado sus plantas procesadoras a las exigencias del consumidor estadounidense; la mayor parte de los productores y exportadores de camarones no cuentan con equipo de refrigeración adecuado para transportar el camarón con cabeza, demandado por el mercado europeo. Por consiguiente, se requieren nuevas inversiones cuya recuperación está supeditada a la competencia de países como Argentina, Australia, Nueva Zelanda, Uruguay, y los mismos países europeos en el caso de la carne, así como los países asiáticos en el caso del camarón.

Otro mercado de interés se encuentra en los propios países centroamericanos, si bien sólo representan alrededor del 10% del destino de las ventas de productos agroindustriales de la región. (Véase de nuevo el cuadro 10.) El comercio intrarregional se especializa en alimentos elaborados a base de cereales insuflados, sopas, compotas de frutas y aceite de palma.

En valores absolutos, el principal proveedor es Guatemala (140 millones de dólares en 1995); le siguen El Salvador y Costa Rica (100 y 90 millones, respectivamente). Nicaragua y Honduras, en cambio, tienen ventas menores (60 y 10 millones de dólares). Pese a un flujo diverso de mercancías entre todos los países, uno de los principales destinos es El Salvador. Por país se da una cierta especialización en su comercio intrarregional. En Costa Rica predominan las exportaciones de alimentos preparados, pescado en conserva, bizcochos y compotas; en Guatemala, las sopas y caldos preparados, así como los cereales insuflados; en El Salvador algunos preparados, los cereales insuflados, dulces, agua embotellada y pollo y huevos; en Honduras, salsas, aceite y lácteos; finalmente, en Nicaragua, carnes de cortes finos, frijoles y quesos.

2. Competitividad

Los cambios ocurridos en el comercio mundial han impuesto nuevas reglas a las que se han ido adaptando los productores y exportadores centroamericanos. Los privilegios de que antaño gozaban algunos de sus productos en los mercados de los países desarrollados se han ido perdiendo al conformarse áreas regionales de libre comercio en las que participan sus competidores. Por ello, si bien han hecho esfuerzos por abrir nuevos mercados y por incrementar el comercio en el marco de la apertura comercial, existe una percepción entre los exportadores de que las expectativas creadas son mayores a las posibilidades reales de aprovechar las oportunidades, ya sea por un nuevo tipo de restricciones a las importaciones, o por un rezago en las inversiones y en el aumento de la oferta. Sin embargo, es notable cómo, aunque la apertura comercial ha incrementado la competencia, los países del área han logrado conservar su lugar, sobre todo en los mercados con vínculos más sólidos.

La nueva dinámica del comercio ha obligado a introducir ajustes en los procesos productivos para mantenerse de manera competitiva en los mercados. Entre dichos ajustes se incluyen desde pequeñas mejoras tecnológicas e innovaciones mayores para mejorar la calidad del producto y del proceso, cambios organizacionales, etc., hasta la sustitución de algunos productos cuya demanda se ha estancado, o la incursión en procesos que contribuyan a lograr un mayor valor agregado. Elevar la productividad ha sido uno de los requisitos para superar los niveles de competitividad; por lo tanto, se han modificado sistemas de cosechas, se ha introducido maquinaria más moderna, se ha racionalizado el empleo de la mano de obra y se han hecho ajustes administrativos para reducir costos de operación. Además, se ha mejorado la presentación de los productos, cuidando desde su aspecto hasta el empaque.

En los aspectos relacionados con la investigación y el desarrollo o adaptación de tecnologías para mejorar la posición ante la competencia, existen desniveles entre los diferentes países de la región. Los gobiernos, con presupuestos limitados, aportan pocos recursos para el desarrollo de la investigación; las grandes empresas o las asociaciones de productores que tendrían mayor capacidad para invertir en estos renglones, en algunos países asumen un liderazgo, mientras que en otros se muestran una actitud reactiva, lo que se traduce en oportunidades perdidas.

Las asociaciones de productores y exportadores que apoyan tanto la actividad comercial como los servicios de información, investigación y asesoría, operan en algunos países con una gran eficiencia, y se convierten en promotores bien organizados de la actividad exportadora.

La búsqueda de ventanas de oportunidad en los mercados constituye otra forma de adaptación a las nuevas condiciones de mercado y a una mayor competencia. Así, por ejemplo, la reducción de aranceles a la importación estadounidense de productos mexicanos en el marco del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) disminuye —y en algunos casos elimina— las ventajas arancelarias de las que gozaban los productos centroamericanos; ante tal situación, los productores de la región han logrado en algunos casos ajustar su producción, adelantando o retrasando las cosechas a fin de entrar en el mercado en temporadas diferentes a las de sus competidores más fuertes. Guatemala aprovecha la ventaja que tiene para colocar melón en los Estados Unidos en noviembre y diciembre, cuando no ha salido todavía la producción de Costa Rica y Honduras y ya terminó la de México. Algo similar ocurre con las ventas de melón al

mercado europeo, en donde los costarricenses están tratando de ajustarlas a la temporada en que España sale del mercado.

Es evidente que no todos los productores tienen las posibilidades financieras para adaptarse a estos cambios tecnológicos o de buscar nuevos mercados. Entre los pequeños y medianos, la mejor forma de enfrentar la apertura ha sido la de asociarse con una empresa grande o formar cooperativas. También prefieren consolidar su oferta a través de contratos con empresas transnacionales para reducir los riesgos de inestabilidad de los mercados y precios, así como la variabilidad de los servicios de transportación.

En consecuencia, se ha empezado a observar un proceso acelerado de mayor concentración de la actividad exportadora. Al tiempo, los productores excluidos del proceso están enfrentando serias dificultades para mantener su actividad económica, obstáculos que podrían resolverse mediante intervenciones puntuales y diferenciadas del sector público, orientadas a favorecer la incorporación de progreso técnico y facilitar la interacción entre los agentes económicos. 8/

a) Productos tradicionales

La apertura comercial no ha tenido en general un impacto directo en el monto de las ventas de productos tradicionales, ni en su posición en los mercados frente a nuevos oferentes. A lo largo de los años estos productores han ido consolidando su imagen y han establecido canales de comercialización y clientela relativamente estables, basándose en una especialización y calidad reconocida que disminuye el riesgo de ser desplazados.

Esa relativa estabilidad se debe a la concentración de la actividad comercializadora en un número reducido de grandes empresas, tanto nacionales como transnacionales, algunas de las cuales se iniciaron como compañías navieras y luego se orientaron a la integración vertical y horizontal de la actividad productora-exportadora.

No obstante, como se indicó más arriba, esos productos no han estado exentos de fuertes variaciones en sus ventas. Las oscilaciones provienen, por lo general, de cambios en los precios de los productos, movimientos que en ausencia de convenios globales se tratan de contrarrestar mediante decisiones concertadas para regular la oferta, como en el caso del café en la presente década. También son el resultado de altibajos en la producción provocados por alteraciones de orden climático y en algunos casos por factores de orden político. Estos últimos incluyen medidas restrictivas como la aplicación de cuotas a la importación de algunos productos según su país de origen.

La actividad ganadera, por su parte, ha sido perjudicada por el ciclo de precios internacionales del producto a la baja, uno de los más graves y pronunciados que ha enfrentado,

8/ Para un análisis más detallado de esa articulación, véase CEPAL, *Agroindustria y pequeña agricultura: alcances conceptuales para una política de estímulos a su articulación* (LC/R.1660), Santiago de Chile, 1996.

debido, entre otras razones, a que los Estados Unidos han reducido en forma extraordinaria sus existencias y aumentado la oferta de carne. La capacidad de producción y sacrificio de este país, sus técnicas de cría y sistemas de alimentación, altamente tecnificados, permiten que se logre no sólo mejores animales sino también mayores volúmenes de producción por unidad de explotación en menos tiempo. Por otro lado, al ser declarados zonas libres de fiebre aftosa, Argentina y Uruguay están en condiciones de ingresar al mercado estadounidense, en particular el de cortes finos, lo cual representa mayor competencia.

Recuadro 3

LA PRODUCCION DE CARNE DE BOVINO

Las exigencias de los mercados europeos difieren de las impuestas en los Estados Unidos. Para captar una parte de los primeros, los centroamericanos tendrían que rediseñar sus plantas y empacadoras.

En Costa Rica, Nicaragua y Honduras se ha reducido el uso de la capacidad instalada de las plantas. Al mismo tiempo, varias empresas se han fusionado a fin de abatir costos de producción y administración. En Honduras sólo trabajan dos plantas; en Nicaragua, de seis plantas quedan funcionando tres, y en Costa Rica se fusionaron tres empresas de tal forma que ahora operan dos empresas exportadoras.

Adicionalmente, han disminuido las exportaciones de subproductos en su estado natural, con objeto de exportarlos después de someterlos a un proceso de transformación.

Fuente: Entrevistas con cooperativas y empresarios de Costa Rica, y Nicaragua, junio de 1997.

La caída de los precios ha desestimulado la producción regional de carne; algunos empresarios han optado por reconvertir su actividad, o bien canalizar sus ventas hacia el mercado interno. De manera paradójica, la oferta centroamericana es insuficiente para cubrir las cuotas de que gozan en el mercado estadounidense. Entre 1994 y 1995, las exportaciones de carne fresca y congelada sólo se incrementaron en Costa Rica y Nicaragua. Como resultado, Centroamérica disminuyó sus ingresos en este renglón por más de 42 millones de dólares. Entre sus estrategias para mantenerse en el mercado, sobre todo en el de los Estados Unidos, Puerto Rico y —dentro del área— en El Salvador, han recurrido a la fusión de empresas comercializadoras, lo que les permite racionalizar sus gastos y reducir costos.

En otros productos, las nuevas relaciones comerciales que se empiezan a tejer a nivel mundial han tenido repercusiones desfavorables para las exportaciones centroamericanas. Por ejemplo, la apertura comercial generó expectativas que hicieron que los países latinoamericanos elevaran su producción de banano. Recientemente, a consecuencia del establecimiento de la cláusula 4.04 en la Unión Europea, se fijaron cuotas que limitan las exportaciones de la región —conocida como el área dólar— a Europa; con ello se generó una sobreoferta en otros mercados que provocó

una caída en los precios. ^{9/} Aun cuando el mercado europeo había sido el más atractivo para los exportadores de banano, las circunstancias han obligado a buscar mercados alternativos —la Federación de Rusia, por ejemplo—, que no han compensado todavía la pérdida.

Las exportaciones de camarón y langosta han experimentado un crecimiento sostenido desde que se inició su captura en forma comercial. A pesar del descenso registrado en los precios, la actividad sigue siendo rentable. La apertura del mercado no ha hecho variar su posición, y al igual que el resto de los productos tradicionales, tienen un mercado consolidado. De forma reciente se ha privilegiado el desarrollo del cultivo de camarón, cuya explotación adquiere cada vez mayor importancia frente al crustáceo natural del mar. Los avances tecnológicos que se han aplicado con éxito en el cultivo tienen su origen en Asia, uno de sus principales competidores. Entre los desafíos que enfrenta la expansión de la actividad se cuentan la conservación del medio ambiente y el equilibrio con otras actividades productivas que inciden en las condiciones sanitarias del producto. Se estima que la falta de recursos suficientes para financiar programas de investigación que contribuyan a superar esas dificultades, así como la disponibilidad insuficiente de equipos de transporte adecuados, restringen el desarrollo de la producción en condiciones rentables frente a grandes competidores. Las empresas productoras y exportadoras de mayor dimensión o las asociaciones son las que pueden invertir en estos renglones.

Por lo que se refiere al ajonjolí, la demanda mundial de la semilla ha crecido en forma continua durante los últimos años; el mercado es extenso y debido a que conserva una calidad reconocida, la producción centroamericana no tiene problemas para exportarse. Guatemala vende más del 60% del valor total de la región y Nicaragua ha empezado a cobrar más importancia gracias a que se están aprovechando las antiguas instalaciones de despepite de algodón para procesar el ajonjolí. El mercado estadounidense absorbe el 65% de las exportaciones regionales, que pasaron de poco más de 13 millones de dólares en 1990 a 31 millones en 1995. Cabe notar que si bien la producción se origina prácticamente en su totalidad en pequeñas unidades, de la comercialización se encargan grandes empresas procesadoras y *brokers*. Su principal cliente es una empresa transnacional de comida rápida.

b) Productos no tradicionales

En cuanto a las exportaciones no tradicionales, el potencial productivo de la región ha empezado a aprovecharse, impulsado tanto por algunos programas gubernamentales como por las gremiales de exportadores. El apoyo financiero y técnico del Gobierno de los Estados Unidos fue

^{9/} Un grupo de países latinoamericanos y los Estados Unidos consiguieron que se estableciera un panel de conducta en la OMC, a fin de que la Unión Europea modificara su política de importaciones, y se logró un acuerdo marco en el que se otorga una cuota país. Sin embargo, se creó un sistema de licencias para los importadores. Europa cobra por licencia 5 dólares por caja, más el arancel por encima de la cuota. El 43% de la fruta en el mercado europeo proviene del área dólar. Ante la apelación de los países demandantes, el fallo de la OMC fue en el sentido de que la Unión Europea modificara su régimen de importaciones de banano y se ajustara a las reglas de libre comercio del organismo. La fecha límite para su cumplimiento es el 1° de enero de 1999.

clave en su promoción. Además, la mayoría de ese tipo de productos se vieron favorecidos con apoyos fiscales y crediticios; los fiscales han empezado a desaparecer como resultado de la aplicación de normas incluidas en los acuerdos comerciales multilaterales.

Como se ha mencionado, la apertura de los mercados y los tratados de libre comercio —en particular el TLCAN— no se ha traducido todavía en problemas severos de competencia, merced a la estrategia de adaptar sus ciclos productivos a las ventanas de oportunidad que dejan los períodos de menores ventas de otros exportadores, así como por el esfuerzo para mejorar la calidad de la producción. De mayor relevancia es el impacto de la reducción de los apoyos fiscales.

Los productores y comercializadores de fruta han tenido que aplicar normas de calidad más estrictas, con una selección de los productos más rigurosa respecto de los estándares —que a veces difieren entre mercados— en cuanto a tamaño, coloración, madurez, etc. Las características exigidas en algunas frutas, como el melón y la piña, no son las mismas en el mercado estadounidense que en el europeo. Por lo tanto, los productores requieren producir en función de la demanda y adaptar sus procesos al mercado de destino. Para asegurar la venta, les resulta más conveniente firmar contratos preestablecidos que respalden su inversión, ya sea con empresas transnacionales o con cadenas de supermercados. Por lo regular, los exportadores independientes trabajan por contratos previos, ya sea a través de *brokers* o con supermercados.

c) Especialización en el mercado de los Estados Unidos

La competitividad de varios de los productos agropecuarios de mayor relevancia para Centroamérica en su comercio con los Estados Unidos se refleja en el grado de penetración que han alcanzado en el mercado, en el que se ha producido una cierta especialización llamada también "ventaja comparativa revelada". ^{10/} Es decir, algunos productos tienen una participación proporcionalmente más marcada en el mercado respectivo, que la del comercio total del país en cuestión en las importaciones estadounidenses. Como referencia, téngase presente que en 1995 el peso de las ventas centroamericanas en las importaciones de los Estados Unidos era el siguiente:

	Porcentajes
Costa Rica	0.25
El Salvador	0.11
Guatemala	0.21
Honduras	0.19
Nicaragua	0.03

^{10/} Balassa, B. (1965), "Trade liberalization and revealed comparative advantage". *The Manchester School of Economic and Social Studies*, Vol. 33, N° 2, London, Department of Economics of The University of Manchester.

De acuerdo con la información que aparece en el siguiente cuadro, los productos en los cuales se han especializado los países centroamericanos incluyen algunos tradicionales como la carne, el banano y azúcar, pero sobre todo son los no tradicionales los que alcanzan una participación muy significativa en el mercado. Se trata de alimentos de arraigo entre la población regional, como varios tipos de tubérculos y hortalizas que han encontrado nichos de mercado en los Estados Unidos; el aceite de maní, piña, langosta y productos que tienen algún grado de elaboración, como madera, o vegetales y frutas, incluso el banano (puré), y el tabaco en la forma de puros.

ESPECIALIZACION DE CENTROAMERICA EN EL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS, 1995

País	Producto	Participación en el mercado del producto en términos de volumen (Porcentajes)	Nivel de especialización en términos de valor a/
Costa Rica	Yuca	97.0	388.7
	Chayote	84.5	326.2
	Piña fresca	65.1	283.1
	Malanga	43.6	219.8
	Pulpa de banano	56.5	215.1
	Names	48.0	155.6
	Esquejes e injertos	33.3	152.4
	Melones	24.6	124.1
	Bananos	26.1	116.1
El Salvador	Frijoles congelados	32.7	239.3
	Hortalizas congeladas	17.1	125.6
	Alcohol etílico	7.7	79.4
	Azúcar	3.1	60.7
	Okra congelada	5.4	60.4
Guatemala	Okra congelada	87.0	409.1
	Ajonjolí	49.5	255.8
	Arvejas frescas	75.4	234.8
	Arvejas cocidas	37.3	184.3
Honduras	Puros	46.8	242.6
	Bananos no frescos	33.8	221.0
	Madera perfilada	38.2	195.8
	Flejes estacas de madera	...	180.0
	Carne congelada	33.1	169.5
	Piña fresca	28.5	119.7
Nicaragua	Aceite de cacahuete (maní)	70.5	2,059.2
	Carne congelada	36.1	1,030.1
	Langostas	10.1	375.9
	Carne fresca	8.0	307.1
	Melaza	6.1	189.5
	Malanga fresca	5.5	167.8
	Ajonjolí	4.8	156.7

Fuente: MAGIC.

a/ Participación del producto en el comercio bilateral de ese producto, dividido por la participación del país en el comercio con los Estados Unidos. Indica la proporción en la que el comercio del producto supera la participación del comercio del país con los Estados Unidos.

d) Precios unitarios relativos en el mercado estadounidense

La capacidad de obtener mayores precios y mantener —o acrecentar— la participación en el mercado es un reflejo indirecto de la competitividad del producto: puede atribuirse a una mayor calidad, pero también a mejores mecanismos de comercialización. Por otro lado, un precio inferior puede obedecer a una negociación para entrar al mercado o conservar las ventas. Si bien la información sobre precios implícitos en el comercio exterior (por valor y volumen) constituye sólo una aproximación a los precios reales, permite hacer una observación general sobre aquellos productos en los que aparentemente se tiene una mejor posición relativa o alguna desventaja. Costa Rica registra, en general, los precios relativos más altos, y de los cinco países es el que concentra la mayor parte de las ventas agropecuarias regionales, seguido de Guatemala. (Véanse los cuadros 11 y 12.)

En los productos anotados se da una cierta especialización por país en el mercado estadounidense, aunque algunos son compartidos por dos o tres países. Así, Costa Rica tiene una ventaja en tubérculos (yuca, malanga, ñame) y también chayote. Comparado con el resto de los países centroamericanos, sus precios implícitos son los más altos del mercado en los Estados Unidos; sin embargo, sólo la malanga supera el precio promedio del mercado. En los demás rubros mencionados los precios son ligeramente inferiores al promedio.

El precio de la piña costarricense también supera el precio promedio y al de su competidor, Honduras. En este caso, la situación es un poco particular, ya que la producción-comercialización se concentra en unas cuantas grandes empresas trasnacionales que operan en los dos países, reproduciendo una situación similar que se da con el banano. En cambio, en pulpa de banano Honduras registra un precio superior.

En melones frescos, en el que Costa Rica tiene la mayor participación en el mercado, sus precios relativos (1.50, en tanto que el promedio es la unidad) superan con amplio margen al de los demás países (entre 0.77 y 1.14).

En minivegetales, en los que Guatemala ha alcanzado una producción reconocida, destaca el hecho de que los precios de la okra salvadoreña son superiores. La de Guatemala es ligeramente inferior al precio promedio del mercado. Con todo, las hortalizas congeladas que exporta El Salvador están por abajo del precio promedio.

En el caso de Honduras, si bien la venta de tabaco en forma de cierto tipo de puros cubre casi la mitad del mercado, su precio es muy similar al que se paga en promedio. En carne fresca, Costa Rica, que comparte una proporción similar del mercado (8%) con Nicaragua, percibe precios ligeramente superiores. En carne congelada, en donde Nicaragua cubre una parte fuerte del mercado (36%), sus precios están por debajo de los de Honduras, que cubre el 33% de igual mercado.

Finalmente, respecto de los productos nicaragüenses, a pesar del peso que tiene en el mercado el aceite de maní, registra un precio inferior al promedio. La langosta, por su parte, se asemeja a los precios recibidos por las exportaciones costarricenses.

e) Competitividad en el mercado de los Estados Unidos

A manera de síntesis, la competitividad de los productos centroamericanos se ve reflejada en su mayor participación en el mercado. Para cada producto, ese mercado puede ser dinámico o haberse estancado, según la importancia creciente o declinante en las importaciones globales en un período determinado. Comparativamente, tendrá mayores ventajas para un país ganar terreno en un mercado dinámico que en un mercado en retroceso; asimismo, perder oportunidades en un mercado del primer tipo puede tener consecuencias más serias que optar por retirarse de mercados que se han estancado.

La información de las importaciones de los Estados Unidos desde los países centroamericanos indican que en los productos de mayor peso por su valor en las operaciones comerciales de la región, son cuatro rubros en los que compiten los cinco países: café sin tostar (sin descafeinar y descafeinado), camarones y langostinos congelados, y melones que entran al mercado en los meses de diciembre a mayo. En todos éstos, los Estados Unidos representan un mercado dinámico por su evolución entre 1990 y 1995. En la mayoría de los casos, como se aprecia en el cuadro de la página siguiente, los países han ganado posición en los mercados, de ahí que se les considere ganadores; sin embargo, algunos países han perdido oportunidades en ciertos rubros, por lo cual se les cataloga como países "perdedores".

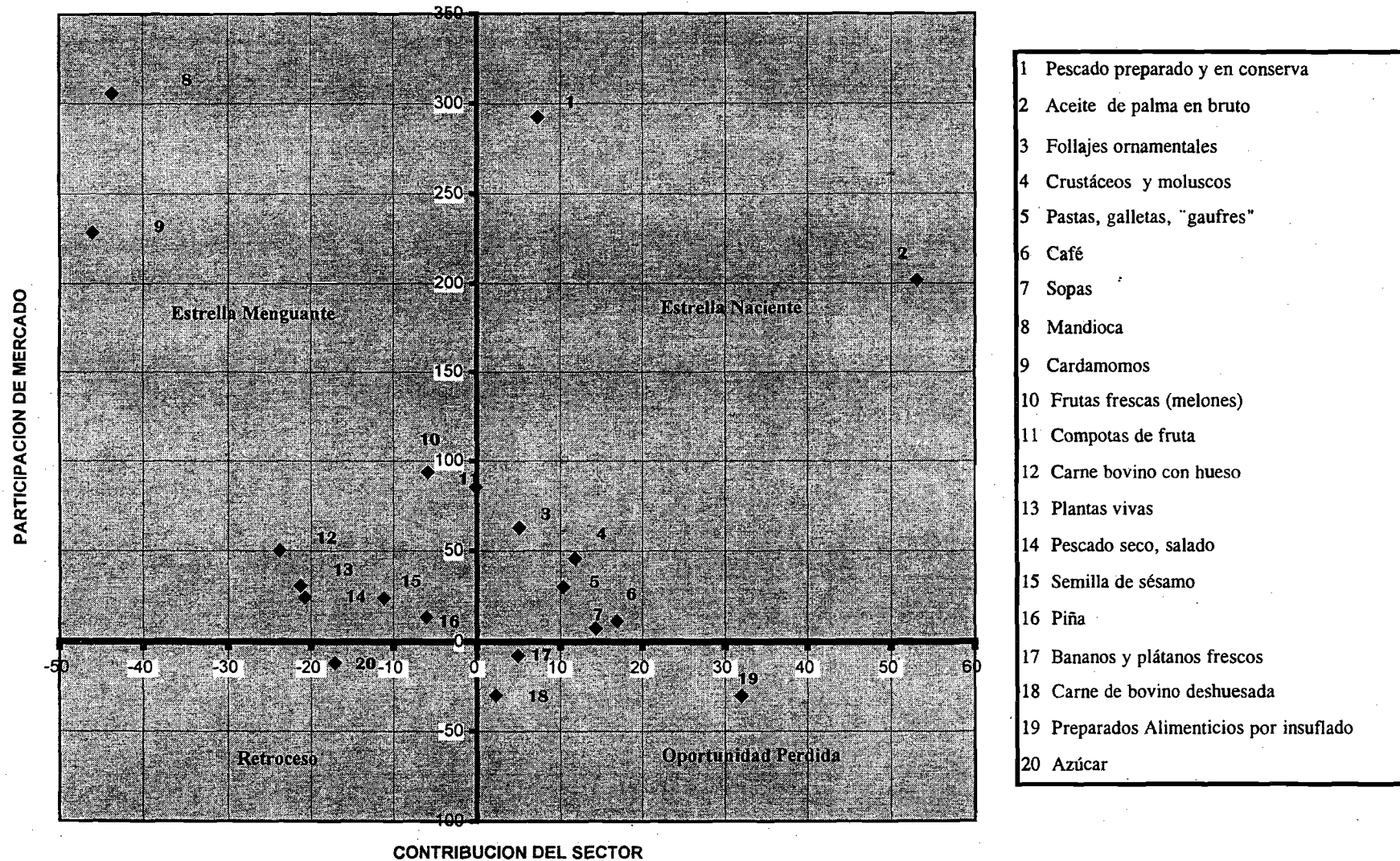
Además de los sectores dinámicos, se reporta la posición —ganadora o perdedora— en mercados que se han estancado. Dado que no todos los productos tienen la misma importancia para todos los países, y la oferta se especializa en algunos casos, el listado de productos principales rebasa aquellos que son los de mayor peso en el conjunto de la región. Cabe aclarar que algunos rubros de interés particular para algunos países no aparecen en el listado adjunto, porque al tratarse de nuevas fracciones arancelarias, no se cuenta con información que permita comparar los años a los que se refiere el análisis.

f) Competitividad en los países de la OCDE

El examen sobre la posición de los productos agropecuarios en el mercado de los Estados Unidos se complementa con una visión de conjunto de los mismos productos en el total de los países desarrollados de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). En ese caso se compara también la evolución de las exportaciones entre 1990 y 1995, cuyos resultados aparecen en el gráfico 1.

De 20 productos identificados (por diferencias en la clasificación utilizada con respecto a la base de datos del MAGIC), la mayor parte (16) tienen una posición competitiva y ganan mercado; de ellos, siete están en la posición más favorable, de "estrella naciente", ya que aumentan su participación en un mercado dinámico cuya contribución en el comercio también crece.

CENTROAMERICA: MATRIZ DE COMPETITIVIDAD DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS EN PAISES DE LA OCDE



Fuente: CEPAL, Sobre la base de datos de CANAGRO.

MATRIZ DE COMPETITIVIDAD EN LOS ESTADOS UNIDOS

Concepto	Países ganadores	Países perdedores
Sectores dinámicos 1990-1995		
Alcohol etílico sin desnaturalizar	Costa Rica, El Salvador	
Banano (pulpa) de	Costa Rica	Honduras
Bananos y plátanos congelados	Honduras	
Café sin tostar, sin descafeinar	Costa Rica, Guatemala, Nicaragua	El Salvador, Honduras
Café sin tostar descafeinado	Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua	El Salvador
Camarones y langostinos congelados	Costa Rica, El Salvador, Honduras, Nicaragua	Guatemala
Cebolla fresca o refrigerada	Nicaragua	
Cigarros y puros a/	Honduras, Nicaragua	
Chayote	Costa Rica	
Esquejes e injertos	Costa Rica, El Salvador	
Flejes, estacas de coníferas	Honduras	
Gomas naturales, resinas		El Salvador
Guayabas, mangos y mangostanes	Guatemala, Nicaragua	
Látex de caucho natural	Guatemala	
Madera aserrada de coníferas	Honduras	
Malanga	Costa Rica, Nicaragua	
Melones (diciembre-mayo)	Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua	
Ñames frescos	Costa Rica	
Obleas, gaufres, barquillos		El Salvador
Otros pescados frescos, excluyendo filetes	Nicaragua	Costa Rica, El Salvador, Honduras
Otros filetes de pescado frescos	Nicaragua	Costa Rica, El Salvador Honduras
Pepinos y pepinillos		
Sopas, potajes y preparados	El Salvador	
Semillas de plantas herbáceas	Guatemala	
Rosas frescas	Guatemala	
Vegetales género capsicum o pimiento	Nicaragua	
Yuca	Costa Rica	
Sectores estancados, 1990-1995		
Aceite de maní en bruto	Nicaragua	
Arvejas	Guatemala	
Azúcar	El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua	
Bananos frescos	Costa Rica, Guatemala, Honduras	
Camarones y langostinos vivos		El Salvador
Carne de bovino	Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua	
Cerveza de malta	El Salvador	

Concepto	Países ganadores	Países perdedores
Cigarros o puros ^{a/}		Honduras, Nicaragua
Crisantemos, claveles		Costa Rica
Filetes de pescado congelado	Nicaragua	
Jugo de naranja congelado	Costa Rica, Honduras	
Langostas	Nicaragua	Honduras
Legumbres y hortalizas cocidas	El Salvador	
Madera perfilada	Honduras	
Manteca de cacao	Costa Rica	
Melaza de caña	El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua	
Melones (abril-noviembre)	Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua	
Otras flores	Costa Rica	
Piña	Costa Rica, El Salvador, Honduras	
Plátanos frescos	Costa Rica	
Semilla de ajonjolí	Guatemala, Nicaragua	El Salvador

Fuente: MAGIC.

a/ Las fracciones arancelarias no permiten identificar cuál de éstas corresponde a un mercado dinámico y cuál a uno estancado.

Los cuatro rubros restantes han perdido mercado. En tres casos (banano, carne de bovino y productos alimenticios de trigo insuflado) se trata de una oportunidad perdida en un mercado dinámico. En el primer producto, sobre todo, conviene recordar que más que una opción de los países exportadores, la pérdida de participación en el mercado ha sido el resultado de restricciones de acceso por parte de los países de la Unión Europea. En cambio, en azúcar, cuyo mercado en la OCDE se ha estancado al igual que en los Estados Unidos, la región ha disminuido su participación.

En términos globales, el balance en competitividad y diversificación de mercados es favorable para las economías de la región. Convendría, sin embargo, contemplar la posibilidad de explotar más eficientemente las oportunidades en los mercados dinámicos y ampliar el impacto económico y social de un mayor acceso a los mercados. La atención de por lo menos tres aspectos abriría el efecto favorable de una participación más extensa en el comercio exterior. El primero se refiere a la difusión del progreso técnico entre productores medianos y pequeños; el segundo, la búsqueda de una articulación menos asimétrica y concentrada entre productores y empresas agroindustriales y comercializadoras; y finalmente, el aumento de la productividad mediante la obtención de un mayor valor de la producción y un aumento de la generación de empleos.

3. Conclusiones

En términos generales, el balance sobre la competitividad y la diversificación de mercados resultó favorable a las economías de la región. Aun cuando un número reducido de productos tradicionales siguen concentrando más de las dos terceras partes de las ventas externas de ese grupo de bienes y los Estados Unidos continúan siendo el principal cliente, es significativo el esfuerzo de los países por diversificar los productos exportados y los mercados de destino.

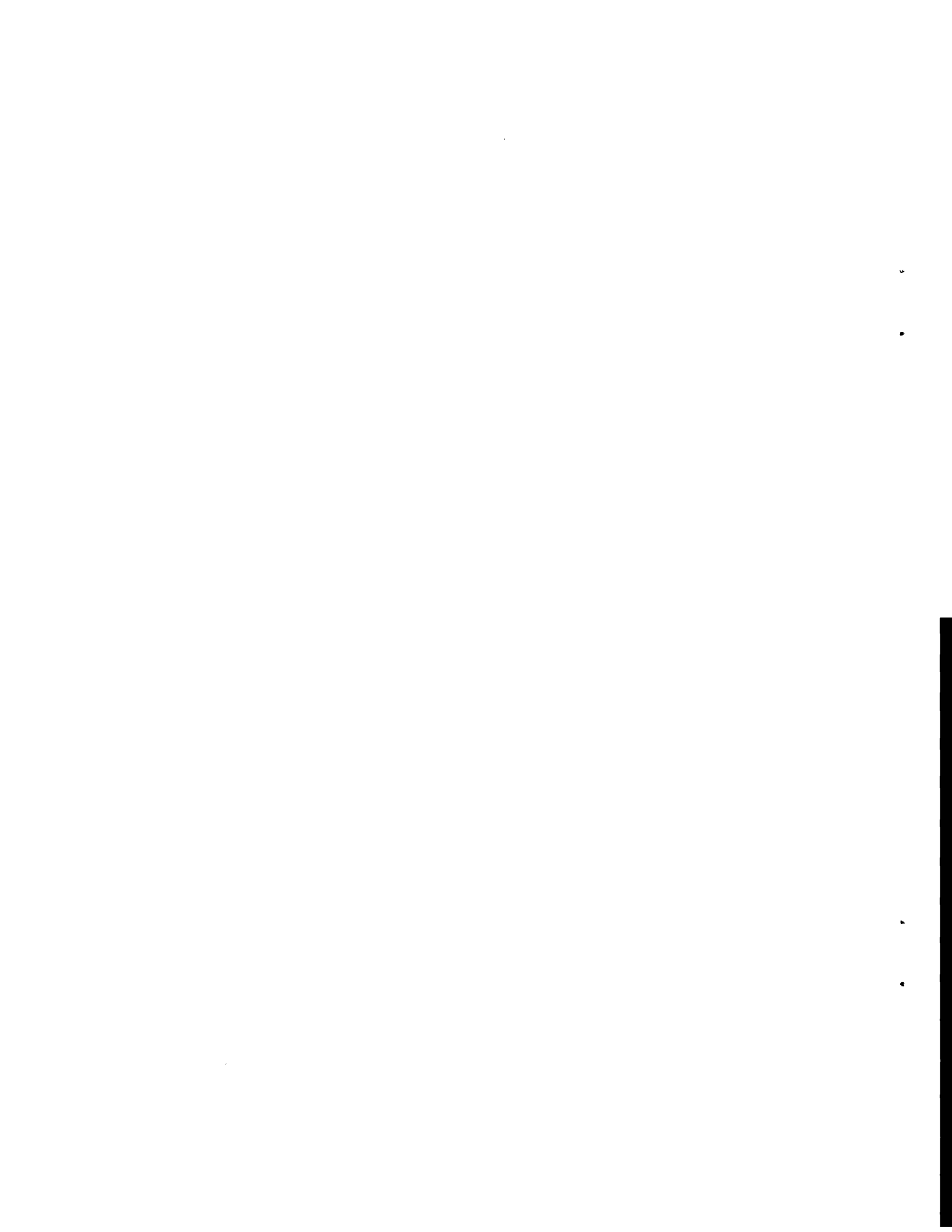
Varios productos, gracias a sus ventajas comparativas reveladas, se han colocado en un lugar relevante en distintos mercados. Los datos desagregados para el estadounidense indican que en algunos alimentos de gran demanda entre la población latina en particular se ha alcanzado un nivel de penetración, que ya limita el margen de aumento de las exportaciones, salvo que su consumo se ampliara a otros grupos de la población.

A fin de conservar la posición lograda en el mercado, consolidar imagen y producto de calidad, y por tanto, el dinamismo que han tenido las exportaciones de rubros no tradicionales, será indispensable poner atención en un mayor número de productos, sobre todo los más dinámicos en la demanda de los países desarrollados. La amplia gama de inversiones necesarias incluye estudios de mercado, investigación aplicada, innovación tecnológica en la producción y el procesamiento, manejo integrado de plagas, formación de recursos humanos y mercadeo. Un factor de creciente impacto en la demanda de hortalizas, frutas y otros productos —maderables, por ejemplo— es la calidad ambiental de los productos y del proceso.

Además de tratar de aprovechar con eficiencia las oportunidades en los mercados dinámicos, habría que prestar atención a cuatro aspectos que permitirían ampliar el impacto económico y social de un mayor acceso a los mercados. El primero se refiere a la creación de oportunidades para productores medianos y pequeños, difundiendo el progreso técnico y mecanismos que facilitan su acceso al mercado (contratos de producción, alianzas, crédito); el segundo contempla la búsqueda de una articulación menos asimétrica y concentrada entre productores y empresas agroindustriales y comercializadoras; el tercero implica la elevación de la productividad mediante la obtención de un mayor valor unitario de los bienes; por último, es importante la atención particular a la capacitación y al incremento de la generación de empleos, tanto en la fase de la producción como en los servicios de apoyo para colocar el producto en forma adecuada y oportuna en su destino final.



Anexo estadístico



Cuadro 1

CENTROAMERICA: VALOR DE LAS PRINCIPALES EXPORTACIONES AGROPECUARIAS Y AGROINDUSTRIALES

(Millones de dólares)

Código	Descripción	1994	1995	Porcentaje sobre las exportaciones agropecuarias y agroindustriales		Tasas de crecimiento (1994-1995)
				1994	1995	
1 09011130	Café oro	1,148.8	1,761.3	30.6	37.4	53.3
2 08030011	Bananos frescos	764.1	909.0	20.4	19.3	19.0
3 17011100	Azúcar de caña sin refinar	233.6	329.4	6.2	7.0	41.0
4 03061300	Camarones, langostinos, quisquillas y gambas, congelados	137.9	114.8	3.7	2.4	-16.8
5 08043000	Piñas (ananás) frescas	66.1	72.1	1.8	1.5	9.1
6 08071010	Melones frescos	76.3	71.1	2.0	1.5	-6.8
7 02023000	Carne de bovino deshuesada, congelada	101.2	64.9	2.7	1.4	-35.9
8 12074000	Semilla de sésamo (ajonjolí)	36.3	48.2	1.0	1.0	32.7
9 03061100	Langostos congelados (palinurus, panulirus y jasus)	28.4	43.5	0.8	0.9	53.3
10 02013000	Carne de bovino deshuesada, fresca	49.1	43.3	1.3	0.9	-11.8
11 06049190	Otros follajes ornamentales frescos	28.0	41.4	0.7	0.9	47.6
12 09083020	Cardamomos	42.9	41.2	1.1	0.9	-4.0
13 06029900	Las demás plantas vivas	29.3	31.5	0.8	0.7	7.7
14 21041000	Preparaciones para sopas o potajes; sopas y potajes preparados	28.1	29.9	0.7	0.6	6.4
15 20079990	Otras pastas preparadas de fruta	23.9	29.8	0.6	0.6	24.5
16 16041400	Atunes listados y bonitos, preparados y en conserva	21.3	28.0	0.6	0.6	31.5
17 19041000	Productos a base de cereales, insuflados o tostados	25.8	26.8	0.7	0.6	4.0
18 03055900	Los demás pescados secos, incluso salados, sin ahumar	13.4	26.6	0.4	0.6	98.9
19 19053000	Galletas dulces; "Gaufres", barquillos y obleas	20.5	25.6	0.5	0.5	25.2
20 16041300	Sardinias, sardinelas y espadines, preparados y en conserva	4.6	23.6	0.1	0.5	412.1
21 07141000	Raíces de yuca (mandioca), frescos o secos	21.0	22.9	0.6	0.5	9.1
22 15111000	Aceite de palma en bruto	16.4	22.4	0.4	0.5	36.3
23 21069090	Otras preparaciones alimenticias	17.5	21.9	0.5	0.5	24.7
24 21069030	Preparaciones compuestas sin alcohol, para elaboración de bebidas	19.0	21.9	0.5	0.5	15.0
25 40011000	Látex de caucho natural, incluso prevulcanizado	15.7	21.6	0.4	0.5	37.6
Total de los 25 principales productos		2,969.4	3,872.6	79.2	82.2	30.4
Total de exportaciones agropecuarias y agroindustriales		3,750.4	4,712.5	100.0	100.0	25.7
Valor de las exportaciones totales		5,477.4	6,832.7			24.7
Relación entre las exportaciones agropecuarias y agroindustriales y las totales				68.5	69.0	

COSTA RICA: VALOR DE LAS PRINCIPALES EXPORTACIONES DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y AGROINDUSTRIALES

(Millones de dólares)

Código	Descripción	1994	1995	Porcentaje de las exportaciones agropecuarias y agroindustriales		Tasas de crecimiento (1994-1995)
				1994	1995	
1 08030011	Bananos frescos	535.8	635.8	36.0	35.0	18.7
2 09011130	Café oro	307.5	407.0	20.7	22.4	32.4
3 08043000	Piñas frescas (ananas)	56.5	59.8	3.8	3.3	5.8
4 17011100	Azúcar de caña sin refinar	28.3	46.1	1.9	2.5	62.9
5 08071010	Melones	39.0	42.0	2.6	2.3	7.7
6 06049190	Otros follajes ornamentales frescos	25.1	37.1	1.7	2.0	47.8
7 03061300	Camarones, langostinos, quisquillas y gambas, congelados	29.4	31.6	2.0	1.7	7.5
8 06029900	Las demás plantas vivas	28.3	30.9	1.9	1.7	9.2
9 20079990	Otras pastas preparadas de fruta	22.2	28.7	1.5	1.6	29.3
10 16041400	Atunes listados y bonitos, preparados y en conserva	21.3	28.0	1.4	1.5	31.5
11 02023000	Carne de bovino deshuesada, congelada	31.6	24.4	2.1	1.3	-22.8
12 03055900	Los demás pescados secos, incluso salados, sin ahumar	9.8	23.2	0.7	1.3	136.7
13 07141000	Raíces de yuca (mandioca), frescos o secos	20.7	22.5	1.4	1.2	8.7
14 15111000	Aceite de palma en bruto	13.3	20.2	0.9	1.1	51.9
15 22071090	Otros alcoholes etílicos	11.5	18.5	0.8	1.0	60.9
16 02013000	Carne de bovino deshuesada, fresca	19.3	17.8	1.3	1.0	-7.8
17 21069030	Preparaciones compuestas sin alcohol, para elaboración de bebidas	13.4	16.4	0.9	0.9	22.4
18 20089100	Palmitos preparados o conservados	6.7	15.5	0.4	0.9	131.3
19 19053000	Galletas dulces; "Gaufres", barquillos y obleas	9.5	14.2	0.6	0.8	49.5
20 03041000	Filetes de pescado frescos o refrigerados	12.8	12.0	0.9	0.7	-6.3
21 06049990	Otros follajes no frescos	14.6	11.7	1.0	0.6	-19.9
22 20091910	Jugo concentrado de naranja	5.7	11.2	0.4	0.6	96.5
23 07099020	Chayotes frescos o refrigerados	9.4	10.7	0.6	0.6	13.8
24 07149010	Malanga o ñampi (colocasia esculenta)	7.7	9.9	0.5	0.5	28.6
25 06021000	Esquejes y estaquillas, sin enraizar, e injertos	7.3	9.8	0.5	0.5	34.2
Total de los 25 productos más importantes		1,286.7	1,585.0	86.4	87.3	23.2
Total de exportaciones agropecuarias y agroindustriales		1,489.1	1,815.0	100.0	100.0	21.9
Valor de las exportaciones totales		2,208.3	2,759.9			25.0
Relación entre las exportaciones agropecuarias y agroindustriales y las totales				67.4	65.8	

Fuente: CEPAL, sobre la base de cifras de la SIECA.

Cuadro 3

EL SALVADOR: VALOR DE LAS PRINCIPALES EXPORTACIONES DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y AGROINDUSTRIALES

(Millones de dólares)

Código	Descripción	1994	1995	Porcentaje de las exportaciones agropecuarias y agroindustriales		Tasas de crecimiento (1994-1995)
				1994	1995	
1 09011130	Café oro	265.4	361.3	60.9	64.6	36.1
2 17011100	Azúcar de caña sin refinar	27.6	32.6	6.3	5.8	18.1
3 03061300	Camarones, langostinos, quisquillas y gambas, congelados	22.7	26.0	5.2	4.6	14.5
4 21069090	Otras preparaciones alimenticias	15.1	19.6	3.5	3.5	29.8
5 19041000	Productos a base de cereales, insuflados o tostados	8.9	9.8	2.0	1.8	10.1
6 22071010	Alcohol etílico absoluto	3.6	7.4	0.8	1.3	105.6
7 17049000	Los demás artículos de confitería sin cacao	8.0	7.0	1.8	1.3	-12.5
8 22021000	Agua, incluida el agua mineral	3.9	5.6	0.9	1.0	43.6
9 17019900	Los demás azúcares, químicamente puros	2.8	5.2	0.6	0.9	85.7
10 10059030	Maíz blanco	0.1	5.0	0.0	0.9	...
11 12074000	Semilla de sésamo (ajonjolí)	4.7	4.6	1.1	0.8	-2.1
12 52030000	Algodón cardado o peinado	2.7	4.5	0.6	0.8	66.7
13 19053000	Galletas dulces; "Gaufres", barquillos y obleas	4.4	3.9	1.0	0.7	-11.4
14 17031000	Melaza de caña	3.4	3.4	0.8	0.6	0.0
15 01051100	Pollitos (del género gallus domesticus)	3.4	3.3	0.8	0.6	-2.9
16 04070090	Otros huevos de ave con cascarrón	1.5	3.2	0.3	0.6	113.3
17 04090000	Miel natural	1.9	3.1	0.4	0.6	63.2
18 52010000	Algodón sin cardar ni peinar	0.7	3.1	0.2	0.6	342.9
19 24022000	Cigarrillos que contengan tabaco	0.7	3.1	0.2	0.6	342.9
20 21039000	Las demás preparaciones para salsas, condimentos y sazoadores	1.7	2.5	0.4	0.4	47.1
21 15122900	Los demás aceites de algodón	0.4	2.5	0.1	0.4	525.0
22 23099020	Alimentos preparados para aves	2.7	2.3	0.6	0.4	-14.8
23 21011000	Extractos, esencias y concentrados de café	4.4	2.0	1.0	0.4	-54.5
24 03062310	Camarones, langostinos, quisquillas y gambas, para la reproducción	2.2	1.9	0.5	0.3	-13.6
25 03055900	Los demás pescados secos, incluso salado, sin ahumar	1.8	1.5	0.4	0.3	-16.7
Total de los 25 productos más importantes		394.7	524.4	90.5	93.7	32.9
Total de las exportaciones agropecuarias y agroindustriales		436.0	559.6	100.0	100.0	28.3
Valor de las exportaciones totales		809	996.6			23.2
Relación entre las exportaciones agropecuarias y agroindustriales y las totales				53.9	56.2	

Fuente: CEPAL, sobre la base de cifras de la SIECA.

GUATEMALA: VALOR DE LAS PRINCIPALES EXPORTACIONES DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y AGROINDUSTRIALES

(Millones de dólares)

Código	Descripción	1994	1995	Porcentaje de las exportaciones agropecuarias y agroindustriales		Tasas de crecimiento (1994-1995)
				1994	1995	
1 09011130	Café oro	318.3	539.2	31.6	39.9	69.4
2 17011100	Azúcar de caña sin refinar	161.5	238.2	16.0	17.6	47.5
3 08030011	Bananos frescos	113.9	138.6	11.3	10.2	21.7
4 09083020	Cardamomos	42.3	40.7	4.2	3.0	-3.8
5 12074000	Semilla de sésamo (ajonjolí)	23.1	30.3	2.3	2.2	31.2
6 21041000	Preparaciones para sopas o potajes; sopas y potajes preparados	27.4	28.9	2.7	2.1	5.5
7 40011000	Látex de caucho natural, incluso prevulcanizado	15.7	21.5	1.6	1.6	36.9
8 03061900	Los demás crustáceos congelados, incluidos harina, polvo y pellets	28.3	21.4	2.8	1.6	-24.4
9 19041000	Productos a base de cereales, insuflados o tostados	16.1	16.6	1.6	1.2	3.1
10 07108000	Las demás legumbres y hortalizas, incluso cocidas, congeladas	14.9	12.6	1.5	0.9	-15.4
11 08071010	Melones frescos	14.0	12.4	1.4	0.9	-11.4
12 40012200	Cauchos naturales, técnicamente especificados	7.2	12.3	0.7	0.9	70.8
13 17031000	Melaza de caña	6.7	11.5	0.7	0.9	71.6
14 24012000	Tabaco total o parcialmente desvenado	12.3	10.5	1.2	0.8	-14.6
15 07041000	Coliflores y broccoles (broccoli), frescos o refrigerados	6.2	10.4	0.6	0.8	67.7
16 07102100	Arvejas o guisantes, incluso cocidas, congeladas	10.0	9.9	1.0	0.7	-1.0
17 17041000	Goma de mascar (chicle), incluso recubierto de azúcar	9.4	8.7	0.9	0.6	-7.4
18 24011000	Tabaco sin desvenar o desnervar	12.1	7.4	1.2	0.5	-38.8
19 10059030	Maíz blanco	0.1	6.8	0.0	0.5	...
20 12093090	Otras semillas de plantas herbáceas	5.6	6.7	0.6	0.5	19.6
21 06031010	Rosas frescas	6.4	6.7	0.6	0.5	4.7
22 06021000	Esquejes y estaquillas, sin enraizar, e injertos	5.5	6.7	0.5	0.5	21.8
23 22072000	Alcohol etílico y aguardiente desnaturalizados a/	4.6	6.6	0.5	0.5	43.5
24 44071000	Madera aserrada o desbastada... de coníferas	3.4	5.0	0.3	0.4	47.1
25 19053000	Galletas dulces; "Gaufres", barquillos y obleas	3.3	4.8	0.3	0.4	45.5
Total de los 25 productos más importantes		868.3	1214.4	86.3	89.8	39.9
Total de las exportaciones agropecuarias y agroindustriales		1006.7	1352.4	100.0	100.0	34.3
Valor de las exportaciones totales		1491.5	1911.6			28.2
Relación entre las exportaciones agropecuarias y agroindustriales y las totales				67.5	70.7	

Fuente: CEPAL, sobre la base de cifras de la SIECA.

a/ Según información directa extraoficial, es probable que exista un error en el registro de esta partida y en realidad corresponda a la partida 2207.10.90, alcohol etílico desnaturalizado.

Cuadro 5

HONDURAS: VALOR DE LAS PRINCIPALES EXPORTACIONES DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y AGROINDUSTRIALES

(Millones de dólares)

Código	Descripción	1994	1995	Porcentaje de las exportaciones agropecuarias y agroindustriales		Tasas de crecimiento (1994-1995)
				1994	1995	
1 09011130	Café oro	182.6	335.6	34.9	56.3	83.8
2 08030011	Bananos frescos	108.2	120.4	20.7	20.2	11.3
3 03061300	Camarones, langostinos, quisquillas y gambas, congelados	64.5	25.3	12.3	4.2	-60.7
4 08071010	Melones frescos	18.8	13.2	3.6	2.2	-30.0
5 02023000	Carne de bovino deshuesada, congelada	26.4	12.3	5.1	2.1	-53.4
6 44032000	Las demás maderas en bruto, descortezadas, de coníferas	12.6	12.1	2.4	2.0	-3.6
7 08043000	Piñas (ananas) frescas	9.5	11.7	1.8	2.0	23.3
8 03061100	Langostas congeladas (palinurus, panulirus y jasio)	7.4	10.2	1.4	1.7	38.5
9 17011200	Azúcar de remolacha	3.2	5.1	0.6	0.9	58.7
10 44071000	Madera aserrada o desbastada.. de coníferas	8.3	4.2	1.6	0.7	-49.8
11 08054000	Toronjas o pomelos frescos	1.6	2.1	0.3	0.3	26.2
12 17039000	Las demás melazas	0.8	1.9	0.1	0.3	152.0
13 24021000	Cigarros o puros (incluso despuntados) que contengan tabaco	6.6	1.9	1.3	0.3	-70.9
14 20091910	Jugo concentrado de naranja	1.3	1.9	0.3	0.3	43.7
15 03032900	Los demás salmonidos congelados	1.5	1.7	0.3	0.3	15.5
16 44041000	Flejes de madera de coníferas	3.1	1.5	0.6	0.3	-50.0
17 15119090	Otros aceites de palma	2.1	1.5	0.4	0.2	-30.9
18 15111000	Aceite de palma en bruto	2.2	1.4	0.4	0.2	-37.6
19 12074000	Semilla de sésamo (ajonjolí)	1.2	1.4	0.2	0.2	13.3
20 21032000	Salsa de tomate	0.5	1.3	0.1	0.2	162.4
21 18010000	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	1.4	1.3	0.3	0.2	-7.9
22 44042000	Flejes de madera distinta de la de coníferas	0.8	1.2	0.2	0.2	45.6
23 24011000	Tabaco sin desvenar o desnervar	2.8	1.2	0.5	0.2	-59.1
24 47079000	Los demás desperdicios de papel, incluidos los desperdicios sin clasificar	0.2	1.1	0.0	0.2	456.5
25 07070000	Pepinos y pepinillos, frescos	0.0	1.1	0.0	0.2	...
Total de los 25 productos más importantes		467.6	572.7	89.4	96.1	22.5
Total de las exportaciones agropecuarias y agroindustriales		523.3	595.7	100.0	100.0	13.8
Valor de las exportaciones totales		617.5	656.0			6.2
Relación entre las exportaciones agropecuarias y agroindustriales y las totales				84.7	90.8	

NICARAGUA: VALOR DE LAS PRINCIPALES EXPORTACIONES DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y AGROINDUSTRIALES

(Millones de dólares)

Código	Descripción	1994	1995	Porcentaje de las exportaciones agropecuarias y agroindustriales		Tasas de crecimiento (1994-1995)
				1994	1995	
1 09011130	Café oro	75.0	118.1	25.4	30.3	57.4
2 03061100	Langostas congeladas (palinurus, panulirus y jasus)	20.2	31.8	6.8	8.2	57.3
3 03061300	Camarones, langostinos, quisquillas y gambas, congelados	19.8	30.7	6.7	7.9	54.5
4 02023000	Carne de bovino deshuesada, congelada	38.9	26.3	13.2	6.7	-32.4
5 02013000	Carne de bovino deshuesada, fresca	21.8	21.2	7.4	5.4	-2.7
6 16041300	Sardinias, sardinelas y espadines, preparados y en conserva	0.0	17.2	0.0	4.4	...
7 08030011	Bananos frescos	6.2	14.2	2.1	3.6	129.8
8 17011100	Azúcar de caña sin refinar	15.8	12.5	5.4	3.2	-21.2
9 12074000	Semilla de sésamo (ajonjolí)	7.3	12.0	2.5	3.1	63.0
10 12022090	Otros cacahuates sin cáscara	9.6	11.7	3.3	3.0	22.0
11 07133200	Frijoles "rojos pequeños" o frijol adsuki	7.4	8.1	2.5	2.1	10.1
12 02011000	Carne de bovino fresca, en canales (enteros) o medios canales	2.6	7.2	0.9	1.9	173.8
13 03062390	Otros camarones, langostinos, quisquilla y gambas	2.4	6.5	0.8	1.7	171.3
14 44079900	Madera tropical aserrada, las demás	2.1	5.0	0.7	1.3	142.6
15 44072300	Madera tropical aserrada (Baboén, Caoba americana...)	1.6	3.7	0.5	0.9	133.9
16 04061000	Queso fresco (no madurado), incluido el de lactosuera y requesón	0.9	3.7	0.3	0.9	292.3
17 17031000	Melaza de caña	2.0	3.5	0.7	0.9	78.7
18 03026910	Las demás sardinias	0.0	3.3	0.0	0.9	...
19 15081000	Aceite de cacahuete o maní, en bruto	0.0	3.2	0.0	0.8	...
20 19053000	Galletas dulces; "Gaufres", barquillos y obleas	3.0	2.7	1.0	0.7	-10.7
21 44071000	Madera aserrada o desbastada... de coníferas	1.1	2.5	0.4	0.7	125.8
22 52010000	Algodón sin cardar ni peinar	4.2	2.2	1.4	0.6	-48.1
23 08071010	Melones frescos	2.5	2.2	0.8	0.6	-13.2
24 01029000	Los demás animales vivos de la especie bovina	11.4	1.8	3.9	0.5	-83.8
25 03042090	Filetes de otros pescados, congelados	0.7	1.7	0.2	0.4	155.6
Total de los 25 productos más importantes		256.5	352.9	86.9	90.6	37.6
Total de las exportaciones agropecuarias y agroindustriales		295.3	389.7	100.0	100.0	32.0
Valor de las exportaciones totales		351.1	509.2			45.0
Relación entre las exportaciones agropecuarias y agroindustriales y las totales				84.1	76.5	

Fuente: CEPAL, sobre la base de cifras de la SIECA.

Cuadro 7

CENTROAMERICA: VALOR DE LAS PRINCIPALES EXPORTACIONES AGROPECUARIAS Y AGROINDUSTRIALES
HACIA LOS ESTADOS UNIDOS

(Millones de dólares)

	Código		Descripción	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Porcentaje de las exportaciones agropecuarias y agroindustriales	
	USA	SIECA								1994	1995
1	08030020	08030011	Bananos frescos	427.1	431.7	511.0	495.6	505.8	595.1	28.9	30.3
2	09011100	090111	Café, sin tostar, sin descafeinar	355.1	325.5	347.6	308.6	348.5	490.6	19.9	25.0
3	03061300	03061300	Camarones y langostinos, congelados	60.9	78.8	88.9	124.3	131.6	100.3	7.5	5.1
4	17011110	17011101	Azúcar de caña	114.0	95.0	72.3	76.6	26.8	82.3	1.5	4.2
5	02023050	02023000	Carne de bovino deshuesada, congelada	65.5	62.9	66.9	114.2	99.5	49.7	5.7	2.5
6	08071020	08071010	Melones frescos, si entraron en cualquier otra época	22.7	26.8	36.2	46.6	49.1	49.3	2.8	2.5
7	03061100	03061100	Langostas (palinurus spp., panulirus spp. y jасus spp.)	35.3	52.9	48.3	32.4	28.0	40.8	1.6	2.1
8	08043040	08043000	Piña fresca empacada en jaulas	34.6	31.1	36.1	38.4	36.6	36.8	2.1	1.9
9	02013050	02013000	Carne de bovino deshuesada, fresca	33.9	34.8	45.6	59.7	38.6	32.2	2.2	1.6
10	12074000	12074000	Semillas de sésamo (ajonjolí)	13.4	13.4	16.2	18.4	20.8	31.4	1.2	1.6
11	22071060	220710	Alcohol etílico sin desnaturalizar	0.0	6.1	17.6	21.0	24.8	27.9	1.4	1.4
12	09011200	09011200	Café, sin tostar, descafeinado	7.1	6.1	4.8	11.1	15.0	22.6	0.9	1.1
13	08071070	08071010	Melones frescos, si entraron entre el 1° de diciembre y el 31 de mayo	8.6	16.7	17.0	20.9	19.9	21.8	1.1	1.1
14	07108097	071080	Otros vegetales, de tamaño reducido, congelados	0.0	8.5	11.7	12.3	12.8	19.7	0.7	1.0
15	03026940	30269	Otros pescados frescos, excluyendo filetes	26.2	24.4	20.7	21.7	22.5	17.8	1.3	0.9
16	24021080	24021000	Cigarros o puros (incluso despuntados) que contengan tabaco	7.1	6.6	6.7	7.7	10.3	17.7	0.6	0.9
17	17031050	17031000	Melazas de caña	7.4	10.6	11.9	6.7	9.6	14.6	0.5	0.7
18	17011120	170111	Azúcar de caña	0.0	0.0	0.0	0.0	75.9	12.5	4.3	0.6
19	07141000	071410	Raíces de yuca (mandioca), fresca o seca	3.5	5.6	6.8	8.2	10.3	11.0	0.6	0.6
20	07149010	7149010	Malanga fresca	2.7	3.1	3.7	5.0	8.2	10.2	0.5	0.5
21	03041040	03041000	Otros filetes de pescado, frescos	4.8	4.3	4.7	5.2	8.8	10.2	0.5	0.5
22	20091100	20091100	Jugo de naranja congelado	5.6	2.0	5.6	4.1	5.3	9.8	0.3	0.5
23	02023030	02023000	Carne de bovino deshuesada, congelada	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	9.8	0.0	0.5
24	06021000	06021000	Esquejes y estaquillas, sin enraizar, e injertos	3.8	2.8	4.1	5.4	6.9	9.4	0.4	0.5
25	06031080	060310	Otras flores frescas cortadas y botones	2.7	3.2	3.1	3.9	7.2	8.6	0.4	0.4
Valor total de los 25 principales productos exportados a los Estados Unidos				1,241.9	1,252.8	1,387.6	1,447.8	1,522.9	1,732.0	87.0	88.2
Valor de las exportaciones agropecuarias y agroindustriales a los Estados Unidos				1,439.7	1,531.3	1,683.9	1,746.5	1,749.7	1,964.3	100.0	100.0
Valor de las exportaciones agroindustriales a los Estados Unidos sin Honduras				1103.4	1217.5	1324.4	1404.7	1431.6	1623.6		
Total de exportaciones a los Estados Unidos sin Honduras				2049.8	2410.2	2931.4	3342.0	3699.1	4415.1		
Relación entre las exportaciones agroindustriales y las totales sin Honduras				53.8	50.5	45.2	42.0	38.7	36.8		

Cuadro 8

**CENTROAMERICA: RELACION ENTRE LAS EXPORTACIONES AGROPECUARIAS Y AGROINDUSTRIALES
Y LAS TOTALES, HACIA EL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS**

(Porcentajes)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Costa Rica	44.5	45.2	41.5	39.0	37.2	37.4
El Salvador	51.0	48.0	40.1	33.8	21.1	15.8
Guatemala	65.9	55.3	49.0	45.2	44.8	43.9
Honduras	68.5	56.6	46.1	37.4	29.0	23.7
Nicaragua	89.5	94.4	90.2	80.0	70.9	57.3

Fuente: CEPAL, Programa MAGIC, agosto de 1996.

Cuadro 9

**CENTROAMERICA: EXPORTACIONES AGROPECUARIAS A LOS
ESTADOS UNIDOS COMO PORCENTAJE DE LAS
EXPORTACIONES AGROPECUARIAS TOTALES**

	1994	1995
Centroamérica	46.7	41.7
Costa Rica	41.1	38.0
El Salvador	29.5	23.0
Guatemala	57.0	49.5
Honduras	60.8	57.2
Nicaragua	33.7	26.8

Fuente: CEPAL, sobre la base de cifras de la SIECA.

Cuadro 10

CENTROAMERICA: DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE ALGUNOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS

(Porcentajes)

Clasificación CUCI, Rev.3	Descripción	Países de:						Otros países					
		MCCA		TLCAN		Unión Europea		Europa del Este		Asiáticos		Resto	
		1994	1995	1994	1995	1994	1995	1994	1995	1994	1995	1994	1995
01122	Carne de bovino deshuesada, congelada	1.4	0.9	87.6	78.5	0.0	0.2	0.0	0.0	0.3	0.2	10.7	20.2
03611	Camarones y quisquillas, congelados	0.7	0.4	82.4	78.0	15.6	21.2	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3	0.4
03619	Otros crustáceos congelados	0.0	0.0	83.0	83.9	15.5	15.4	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5	0.7
04811	Preparados alimenticios obtenidos por insuflado	82.0	81.4	0.5	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	17.5	18.4
05469	Otras legumbres y mezclas de legumbres	0.6	0.4	84.5	81.3	14.5	17.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	1.3
05481	Mandioca (yuca) fresca	0.3	0.1	88.5	77.2	9.3	11.1	0.0	0.0	0.3	0.9	1.5	10.7
0573	Bananas	0.2	0.1	60.2	59.5	38.7	36.0	0.6	3.7	0.1	0.0	0.2	0.7
05791	Melones (incluso sandías) y papayas	0.4	0.6	87.7	78.7	11.6	20.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.4
05795	Ananás (piñas) frescas o secas	0.2	0.1	57.3	57.6	41.8	40.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7	2.1
0581	Compotas, jaleas de fruta	16.1	14.1	43.8	31.6	20.3	24.5	2.5	2.2	1.0	1.1	16.4	26.5
06111	Azúcar sin refinar	2.5	0.4	32.5	21.4	1.3	0.0	1.3	1.7	12.1	41.6	50.3	35.0 a/
07111	Café sin tostar, no descafeinado	0.1	0.0	25.6	25.4	63.8	63.0	0.2	0.5	5.9	6.5	4.4	4.6
07525	Nuez moscada, macis y cardamomo	0.1	0.3	8.0	4.6	6.1	7.0	0.0	0.0	70.4	71.2	15.5	16.8
0985	Sopas y caldos preparados para sopa	76.8	72.8	11.8	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.5	19.5
2225	Semillas de sésamo (ajonjolí)	2.0	7.0	52.1	52.9	29.2	26.8	0.0	0.1	10.9	9.7	5.8	3.6
42221	Aceite de palma, en bruto	28.3	23.3	70.2	30.6	0.0	45.5	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5	0.5

Fuente: CEPAL, sobre la base de cifras oficiales, contenidas en el Programa BADECEL.

a/ Principalmente Argelia, Chile, Nigeria, Perú y Venezuela, en 1994.

Cuadro 11

CENTROAMERICA: VALOR UNITARIO RELATIVO DE LAS EXPORTACIONES DE LOS 25 PRODUCTOS
AGROPECUARIOS Y AGROINDUSTRIALES MAS IMPORTANTES EN EL MERCADO DE
LOS ESTADOS UNIDOS a/

Código		Descripción	Costa Rica		El Salvador		Guatemala		Honduras		Nicaragua		
USA	SIECA		1994	1995	1994	1995	1994	1995	1994	1995	1994	1995	
1	08030020	08030011	Bananos frescos	0.94	1.10	-	-	1.11	1.01	0.94	0.90	...	0.79
2	09011100	090111	Café sin tostar, sin descafeinar	1.07	1.12	1.05	0.96	1.01	1.04	0.82	1.06	0.93	0.95
3	03061300	03061300	Camarones y langostinos, congelados	1.25	1.10	0.76	0.75	0.84	0.78	0.96	0.87	1.01	0.95
4	17011101	17011101	Azúcar de caña	...	1.02	1.05	0.95	1.06	0.95	0.95	1.00	0.91	1.06
5	03061100	03061100	Langostos (palinurus spp., panulirus spp. y jасus spp.)	1.08	1.23	0.85	1.01	1.06	1.12
6	02013060	020130	Carne de bovino deshuesada, fresca	1.26	1.29	-	-	1.22	1.21	1.24	1.20	1.28	1.23
7	08071020	08071010	Melones frescos, si entraron en cualquier otra época	1.43	1.50	0.88	1.14	1.06	1.02	0.77	0.77	0.79	0.79
8	02023060	020230	Carne de bovino deshuesada, congelada	1.02	1.03	-	-	1.04	1.06	1.03	1.13	1.05	1.04
9	08043040	08043000	Piña fresca empacada en jaulas	1.10	1.08	2.79	2.55	0.45	0.84	0.87	0.82	...	0.83
10	12074000	12074000	Semillas de sésamo (ajonjolí)	-	-	1.00	0.85	1.04	1.06	0.69	0.75	1.05	1.05
11	22071060	220710	Alcohol etílico sin desnaturalizar	1.15	1.10	1.16	1.13	-	-	-	-
12	09011200	09011200	Café, sin tostar, descafeinado	1.07	1.01	0.86	0.99	0.94	0.98	0.61	0.85	1.12	1.04
13	08071070	08071010	Melones frescos, si entraron entre el 1° de diciembre y el 31 de mayo	1.12	1.25	1.22	1.14	0.81	0.78	0.73	0.76	0.94	0.72
14	07108097	071080	Otros vegetales, de tamaño reducido, congelados	1.23	1.11	...	2.26	1.05	1.29	-	-	-	-
15	03026940	030269	Otros pescados frescos, excluyendo filetes	1.80	1.87	1.24	1.40	0.70	0.83	0.80	0.79	1.12	1.23
16	24021080	24021000	Cigarros o puros (incluso despuntados) que contengan tabaco	0.53	-	-	-	-	-	0.73	0.72	0.70	0.63
17	17031050	17031000	Melazas de caña	1.32	-	1.07	1.30	0.68	0.76	1.20	1.00	0.82	0.99
18	17011102	17011102	Azúcar de caña	0.95	1.06	0.98	0.96	0.95	1.04	-	0.91	1.07	...
19	07141000	071410	Raíces de yuca (mandioca), fresca o seca	1.00	1.00	...	0.34	0.55	0.43	0.54	0.72
20	07149010	07149010	Malanga fresca	1.35	1.25	-	-	0.43	0.19	1.09	0.97
21	03041040	03041000	Otros filetes de pescado, frescos	1.11	1.13	0.69	2.08	0.95	1.23	0.74	0.86
22	20091100	20091100	Jugo de naranja congelado	1.10	1.20	-	-	-	-	0.73	0.64	-	-
23	02023040	020230	Carne de bovino deshuesada, congelada	2.11	0.90	-	-	...	0.97	3.17	0.99	...	0.91
24	06021000	06021000	Esquejes y estaquillas, sin enraizar, e injertos	1.58	1.14	0.96	1.86	0.27	0.46	0.23	0.16	-	-
25	06031080	060310	Otras flores frescas cortadas y botones	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	-	-	-	-

Fuente: CEPAL, Programa MAGIC, agosto de 1996.

Cuadro 12

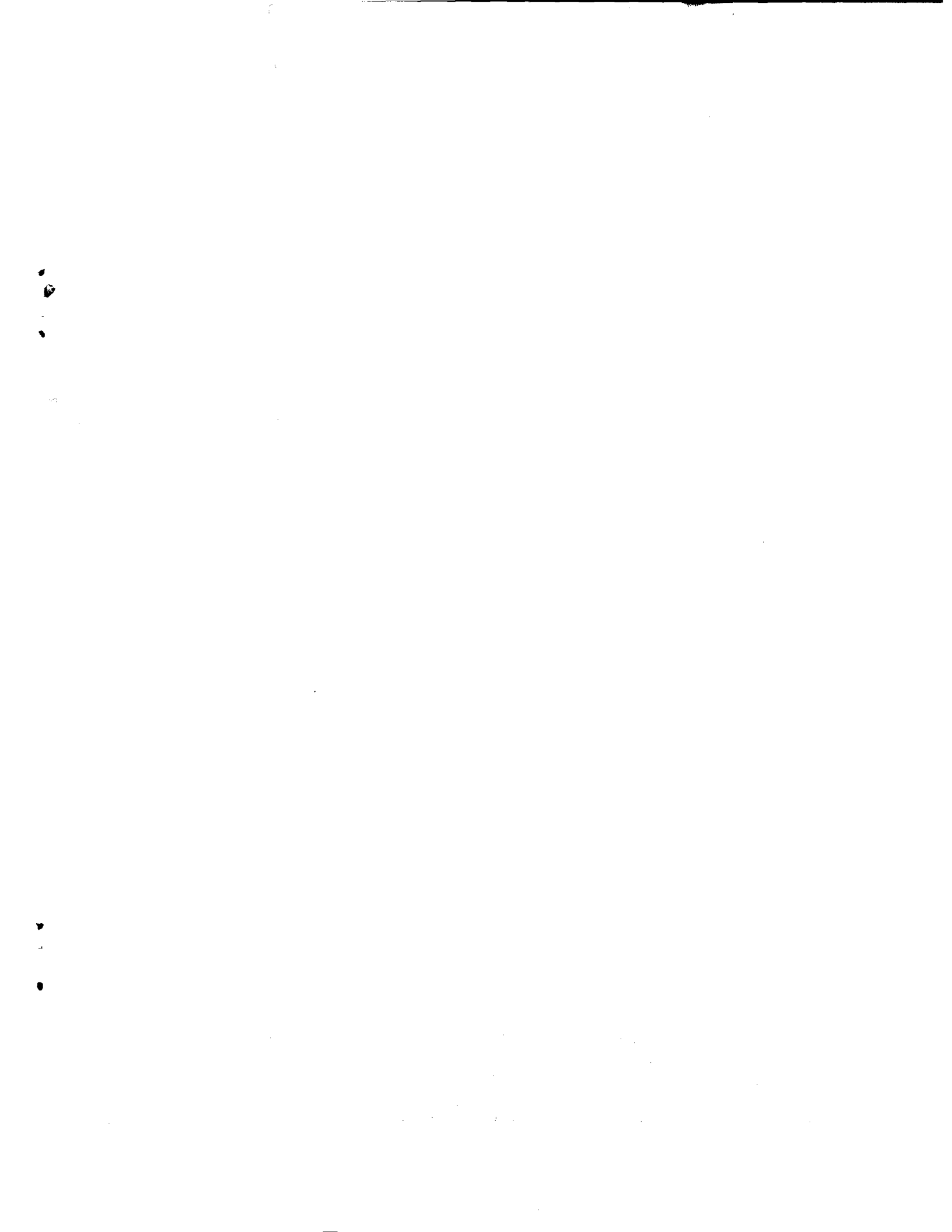
CENTROAMERICA: PARTICIPACION DE LOS PAISES EN LAS EXPORTACIONES DE LOS 25 PRODUCTOS
AGROPECUARIOS Y AGROINDUSTRIALES MAS IMPORTANTES HACIA LOS ESTADOS UNIDOS

(Porcentajes)

	Código		Descripción	Costa Rica		El Salvador		Guatemala		Honduras		Nicaragua	
	USA	SIECA		1994	1995	1994	1995	1994	1995	1994	1995	1994	1995
1	08030020	08030011	Bananos frescos	49.1	51.6	-	-	26.0	22.7	24.9	25.6	0.0	0.0
2	09011100	090111	Café, sin tostar, sin descafeinar	15.3	15.6	15.7	9.9	63.1	62.9	5.3	11.1	0.6	0.5
3	03061300	03061300	Camarones y langostinos, congelados	14.1	12.9	17.2	25.1	15.3	14.1	41.8	22.2	11.6	25.7
4	17011110	17011101	Azúcar de caña	0.0	10.8	22.0	22.6	38.7	40.8	15.6	7.2	23.6	18.6
5	03061100	03061100	Langostas (<i>palinurus</i> spp., <i>panulirus</i> spp. y <i>jasus</i> spp.)	3.6	2.9	0.0	0.0	3.3	1.4	26.3	24.5	66.8	71.1
6	08071020	08071010	Melones frescos, si entraron en cualquier otra época	39.1	41.4	0.5	0.0	25.9	28.4	30.6	27.0	3.9	3.2
7	02023050	020230	Carne de bovino deshuesada, congelada	33.8	40.6	-	-	7.0	5.8	22.8	4.8	36.4	48.7
8	08043040	08043000	Piña fresca empacada en jaulas	78.2	73.6	0.2	1.5	0.0	0.5	21.6	24.2	0.0	0.2
9	02013050	020130	Carne de bovino deshuesada, fresca	45.9	53.3	-	-	9.6	9.0	10.6	2.5	33.9	35.3
10	12074000	12074000	Semillas de sésamo (ajonjolí)	-	-	18.1	6.1	71.7	84.5	1.4	1.3	8.8	8.1
11	22071060	220710	Alcohol etílico sin desnaturalizar	45.5	49.1	54.5	50.9	0.0	0.0	-	-	-	-
12	09011200	09011200	Café, sin tostar, descafeinado	18.7	23.5	36.3	12.2	33.4	42.9	11.4	17.3	0.2	4.1
13	08071070	08071010	Melones frescos, si entraron entre el 1° de diciembre y el 31 de mayo	59.3	55.6	9.6	7.5	17.1	18.4	11.6	16.5	2.5	2.0
14	07108097	071080	Otros vegetales, de tamaño reducido, congelados	7.0	10.7	0.0	0.0	93.0	89.3	-	-	-	-
15	03026940	030269	Otros pescados frescos, excluyendo filetes	70.2	70.6	1.3	0.9	5.3	4.5	5.3	6.2	17.8	17.9
16	24021080	24021000	Cigarros o puros (incluso despuntados) que contengan tabaco	0.0	0.0	-	-	-	-	99.6	96.5	0.4	3.5
17	17031050	17031000	Melazas de caña	5.2	0.0	30.4	19.8	34.3	44.5	14.6	13.0	15.5	22.7
18	17011120	17011102	Azúcar de caña	22.0	12.0	12.0	29.0	54.1	59.1	0.0	0.0	11.8	0.0
19	07141000	071410	Raíces de yuca (mandioca), fresca o seca	99.9	99.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.6
20	07149010	07149010	Malanga fresca	90.5	91.1	-	-	0.0	0.0	0.0	0.0	9.5	8.9
21	03041040	03041000	Otros filetes de pescado, frescos	92.3	87.6	0.5	0.0	0.0	0.0	3.4	4.9	3.8	7.4
22	20091100	20091100	Jugo de naranja congelado	60.4	71.4	-	-	-	-	39.6	28.6	-	-
23	02023030	020230	Carne de bovino deshuesada, congelada	100.0	26.3	-	-	0.0	1.8	0.0	71.9	0.0	71.9
24	06021000	06021000	Esquejes y estaquillas, sin enraizar, e injertos	72.2	72.4	1.8	3.1	18.8	20.2	7.2	4.3	-	-
25	06031080	060310	Otras flores frescas cortadas y botones	98.6	96.5	0.1	0.1	1.4	3.5	0.0	0.0	0.0	0.0
Participación:													
En el valor de los 25 principales productos exportados a los Estados Unidos				34.2	34.2	7.9	7.0	32.1	34.0	18.4	17.7	7.3	7.3

Fuente: CEPAL, Programa MAGIC, agosto de 1996.





**Este documento fue elaborado por la Sede Subregional en México de
la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).**

**Masaryk No. 29; México, D.F., CP 11570,
teléfono 250-15-55, fax 531-11-51**

Dirección en Internet cepal@un.org.mx