



Organización de las Naciones
Unidas para la Alimentación
y la Agricultura

Análisis de la oferta exportable de los productos agrícolas de la región del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) Identificando oportunidades 2021



**Análisis de la oferta exportable
de los productos agrícolas de la región
del Sistema de la Integración
Centroamericana (SICA)
Identificando oportunidades 2021**

Cita requerida:

FAO. 2021. *Análisis de la oferta exportable de los productos agrícolas de la región del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA). Identificando oportunidades 2021*. Ciudad de Panamá. <https://doi.org/10.4060/cb5846es>

Las denominaciones empleadas en este producto informativo y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, por parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), juicio alguno sobre la condición jurídica o nivel de desarrollo de países, territorios, ciudades o zonas, ni sobre sus autoridades, ni respecto de la demarcación de sus fronteras o límites. La mención de empresas o productos de fabricantes en particular, estén o no patentados, no implica que la FAO los apruebe o recomiende de preferencia a otros de naturaleza similar que no se mencionan.

Las opiniones expresadas en este producto informativo son las de su(s) autor(es), y no reflejan necesariamente los puntos de vista o políticas de la FAO.

ISBN 978-92-5-134752-2

© FAO, 2021



Algunos derechos reservados. Esta obra se distribuye bajo licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Organizaciones intergubernamentales (CC BY-NC-SA 3.0 IGO; <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo/deed.es>).

De acuerdo con las condiciones de la licencia, se permite copiar, redistribuir y adaptar la obra para fines no comerciales, siempre que se cite correctamente, como se indica a continuación. En ningún uso que se haga de esta obra debe darse a entender que la FAO refrenda una organización, productos o servicios específicos. No está permitido utilizar el logotipo de la FAO. En caso de adaptación, debe concederse a la obra resultante la misma licencia o una licencia equivalente de Creative Commons. Si la obra se traduce, debe añadirse el siguiente descargo de responsabilidad junto a la referencia requerida: "La presente traducción no es obra de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). La FAO no se hace responsable del contenido ni de la exactitud de la traducción. La edición original en [idioma] será el texto autorizado".

Todo litigio que surja en el marco de la licencia y no pueda resolverse de forma amistosa se resolverá a través de mediación y arbitraje según lo dispuesto en el artículo 8 de la licencia, a no ser que se disponga lo contrario en el presente documento. Las reglas de mediación vigentes serán el reglamento de mediación de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual <http://www.wipo.int/amc/en/mediation/rules> y todo arbitraje se llevará a cabo de manera conforme al reglamento de arbitraje de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI).

Materiales de terceros. Si se desea reutilizar material contenido en esta obra que sea propiedad de terceros, por ejemplo, cuadros, gráficos o imágenes, corresponde al usuario determinar si se necesita autorización para tal reutilización y obtener la autorización del titular del derecho de autor. El riesgo de que se deriven reclamaciones de la infracción de los derechos de uso de un elemento que sea propiedad de terceros recae exclusivamente sobre el usuario.

Ventas, derechos y licencias. Los productos informativos de la FAO están disponibles en la página web de la Organización (<http://www.fao.org/publications/es>) y pueden adquirirse dirigiéndose a publications-sales@fao.org. Las solicitudes de uso comercial deben enviarse a través de la siguiente página web: www.fao.org/contact-us/licence-request. Las consultas sobre derechos y licencias deben remitirse a: copyright@fao.org.

Foto de la cubierta: ©FAO/Alex Webb

Índice

Agradecimientos.....	4
Abreviaturas y siglas.....	5
Resumen ejecutivo.....	6
Evolución del sector agropecuario regional en el comercio internacional:	
Análisis por país	7
República de Costa Rica	9
República de El Salvador	13
República de Guatemala	16
República de Honduras	19
República de Nicaragua	22
República de Panamá	25
República Dominicana	28
Belice	32
Regional	36
Retos y oportunidades para los productos agrícolas de la región SICA.....	39
Capítulo 04 - Lácteos.....	51
Capítulo 07 - Hortalizas.....	51
Capítulo 08 - Frutas.....	51
Capítulo 19 - Preparaciones a base de cereales.....	52
Capítulo 20 - Preparaciones de hortalizas y frutas.....	52
Capítulo 21 - Preparaciones alimenticias diversas.....	52
Barreras arancelarias y no arancelarias a los seis capítulos seleccionados.....	53
Consumo de productos agropecuarios orgánicos o de la estrategia de la granja a la mesa.....	56
Comercio agropecuario post COVID-19.....	61
Consideraciones finales.....	62
Bibliografía	64
Sitios web consultados.....	65

Agradecimientos

El presente estudio “Análisis de la oferta exportable de los productos agrícolas de la región del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA): Identificando oportunidades 2021” surge en el marco del Acuerdo entre la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por sus siglas en inglés) y la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA), para la prestación de servicios en apoyo al proceso de institucionalización y sostenibilidad operativa del Sistema Regional de Inteligencia y Monitoreo de Mercados Agrícolas (SIMMAGRO), que busca promover un uso más extensivo de esta herramienta y su sostenibilidad operativa mediante la puesta en marcha de actividades de promoción y difusión, con especial énfasis en sus ventajas y aplicaciones en la comprensión del sector agropecuario en la región SICA. Asimismo, se plantea contribuir con la generación de información sobre proyecciones y oportunidades para el comercio internacional del sector agropecuario y su difusión en espacios de encuentro o ruedas virtuales de negocios.

El alcance de este estudio se divide en cuatro áreas principales: en primer lugar, incluye la caracterización del comercio para los últimos 10 años, seguido de un análisis de oportunidades de productos agropecuarios para el comercio en el mercado intrarregional y extrarregional Centroamericano y de República Dominicana; luego se presenta un análisis de las barreras arancelarias y no arancelarias para los capítulos identificados, y finalmente se realiza un análisis de las nuevas tendencias comerciales en cuanto al consumo de productos orgánicos o de la estrategia del campo a la mesa y su potencial promoción desde Centroamérica y República Dominicana.

Este documento fue coordinado por el Centro de Estudios para la Integración Económica (CEIE) de la SIECA, bajo el requerimiento del Sr. Melvin Redondo como Secretario General de la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA), con la cooperación de Adoniram Sanches Peraci, Coordinador Subregional de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) para Mesoamérica y Representante en República de Panamá y Costa Rica; y el Sr. Roberto Harrison, Secretario Ejecutivo de la Secretaría Ejecutiva del Consejo Agropecuario Centroamericano (SE-CAC).

Se agradece la participación de Samuel Zamora, consultor de la SIECA, por la coordinación técnica para la formulación del presente estudio, así como la colaboración de los funcionarios de la SIECA en su elaboración: Eduardo José Espinoza Valverde, Claudia Mariela García Mancilla y Mayra Alejandra García Sifontes. Por parte de la FAO, se agradecen las contribuciones de los funcionarios y especialistas Pablo Rabczuk, Érika Zárate, Pedro Boareto y Rolando Hernández. Del mismo modo, se agradece la colaboración a Ricardo Montero López y Oswaldo Segura, especialistas de la SECAC. Finalmente, se agradece la coordinación de la diagramación a Rosana Martín Grillo e Ingrid Saravia, Especialistas en Comunicaciones de la FAO.

Abreviaturas y siglas

APHIS	Servicio de Inspección Zoosanitaria y Fitosanitaria del USDA
CAC	Consejo Agropecuario Centroamericano
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CRV	Cadenas regionales de valor
DR-CAFTA	Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos de América de América
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
HTS	<i>Harmonized Tariff Schedule</i>
IICA	Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura
MIPYME	Micro, pequeña y mediana empresa (Singular y plural)
MSF	Medidas sanitarias y fitosanitarias
OTC	Obstáculos técnicos al comercio
PIB	Producto Interno Bruto
PYME	Pequeña y mediana empresa (Singular y plural)
RTCA	Reglamento Técnico Centroamericano
SAC	Sistema Arancelario Centroamericano
SE-CAC	Secretaría Ejecutiva del Consejo Agropecuario Centroamericano
SEC - SIECA	Sistema de estadísticas de comercio de la SIECA
SICA	Sistema de la Integración Centroamericana
SIECA	Secretaría de Integración Económica Centroamericana
SIMMAGRO	Sistema Regional de Inteligencia y Monitoreo de Mercados Agrícolas
TARIC	Arancel Integrado de la Unión Europea
UNCTAD	La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
US FDA	Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos de América
USDA	Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de América

Resumen ejecutivo

Identificar las oportunidades que brinda el mercado interno de Centroamérica y República Dominicana al sector agropecuario en el comercio exterior, permite focalizar de mejor manera los recursos dedicados, así como también la caracterización del sector y el análisis de las nuevas tendencias de producción y comercialización facilitan la evaluación del desempeño de las políticas implementadas en la última década. En este sentido, el alcance del presente estudio incluye, en primer lugar, la caracterización del comercio para los últimos 10 años, seguida de un análisis de oportunidades de productos agropecuarios para el comercio en el mercado intrarregional y extrarregional centroamericano y de República Dominicana; luego, se presenta un análisis de las barreras arancelarias y no arancelarias para los capítulos identificados y, finalmente, se realiza un análisis de las nuevas tendencias comerciales en cuanto al consumo de productos orgánicos o de la estrategia del campo a la mesa y su potencial promoción desde Centroamérica y República Dominicana.

Para la realización de este documento, se desarrolló un periodo de consulta nacional y regional con actores relevantes del sector público, privado y de cooperación internacional a través de entrevistas semiestructuradas y encuestas en formato virtual, lo cual permitió incluir en el abordaje del estudio los efectos de la pandemia COVID-19 en el comercio del sector agropecuario.

Las oportunidades de productos agropecuarios con mayor potencial para su comercialización en el mercado intrarregional y extrarregional son las referidas en los capítulos de la nomenclatura arancelaria siguiente: lácteos, hortalizas, frutas, preparaciones a base de cereales, preparaciones de hortalizas y frutas, así como las preparaciones alimenticias diversas.

A partir de esta selección se realizó un análisis sobre las barreras arancelarias y no arancelarias aplicables, en el que se ha verificado que los rubros seleccionados para los destinos a los que se orientan cuentan con arancel cero. Por el lado de las barreras no arancelarias, las cuales son, en efecto, las que más preocupan al exportador, se hace un resumen sobre el conjunto de normas que aplican a estos rubros y las fuentes de información que deben ser consultadas.

Finalmente, se hace mención acerca de la producción orgánica y la estrategia de la granja a la mesa, en donde también se pueden vincular algunos de los rubros, con sujeción a estudios suplementarios de factibilidad antes de su promoción.



Evolución del sector agropecuario regional en el comercio internacional: análisis por país



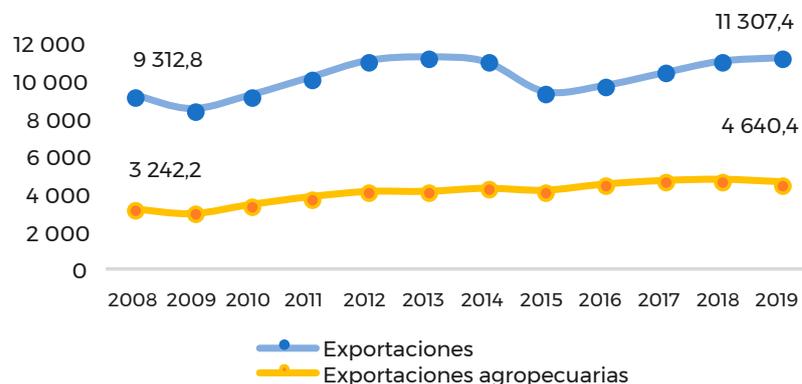
República de Costa Rica

Las exportaciones totales de la República de Costa Rica se han mantenido dentro del rango de los USD 8 mil millones y USD 12 mil millones durante el período 2008-2019, y para este último año alcanzaron un monto de USD 11 307,4 millones. Dentro de estas exportaciones, la participación de los rubros agropecuarios se ha mantenido en el rango cercano entre los USD 3 mil millones y un poco más de los USD 4 mil millones para el mismo período. En ambos casos, se muestra un crecimiento moderado a partir de 2015, salvo en los rubros agropecuarios que muestran leve caída para 2019.

Los capítulos agropecuarios relevantes en las exportaciones de la República de Costa Rica son: las frutas (08), preparaciones alimenticias diversas (21), preparaciones de hortalizas y frutas (20), café (09), grasas y aceites (15), plantas y floricultura (06), hortalizas (07), lácteos (04) y pescado (03).

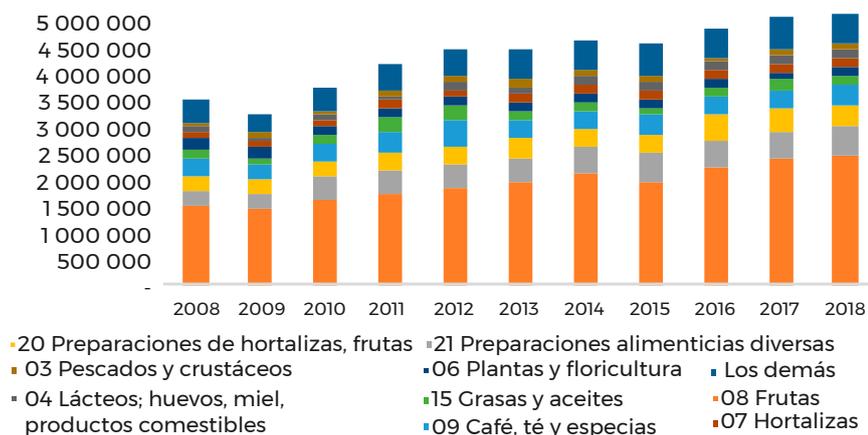
Figura 1

**Exportaciones totales y agrícolas de la República de Costa Rica
Millones de USD 2008-2019**



Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Figura 2
Exportaciones agrícolas de la República de Costa Rica por capítulo según SAC. Miles de USD 2008-2018



Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

En cuadro 1 se presenta la información con relación a los socios comerciales más importantes en función de las exportaciones de cada uno de los capítulos relevantes.

Cuadro 1. República de Costa Rica: principales socios comerciales por capítulos seleccionados - Período 2018

Capítulo	Principal	2.ª Posición	3.ª Posición
08 Frutas	Estados Unidos de América	Reino de Bélgica	Reino de los Países Bajos
21 Preparaciones alimenticias diversas	República de Guatemala	República de Honduras	República de Panamá
20 Preparaciones de hortalizas, frutas	Estados Unidos de América de América	Reino de los Países Bajos	Reino de Bélgica
09 Café, té y especias	Estados Unidos de América	Reino de Bélgica	República Federal de Alemania
15 Grasas y aceites	Estados Unidos Mexicanos	República de Nicaragua	República de Panamá
06 Plantas y floricultura	Estados Unidos de América	Reino de los Países Bajos	Reino de Bélgica
07 Hortalizas	Estados Unidos de América	Estado Libre Asociado de Puerto Rico	Reino de los Países Bajos
04 Lácteos	República de Guatemala	República de Nicaragua	República de El Salvador
03 Pescados y crustáceos	Estados Unidos de América	República popular de China	República Federal de Alemania

Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Nota: En amarillo aparecen los destinos que corresponden al ámbito intrarregional y el resto son aquellos asociados al ámbito extrarregional.

Cuadro 2. República de Costa Rica: principales rubros según el ámbito de mercado - Período 2018

Sub Part.	Rubros orientados al mercado extrarregional	Peso relativo% *
080430	Piñas, frescas o secas	21,8%
080390	Plátanos frescos o secos	21,6%
090111	Café sin tostar, sin descafeinar	6,6%
151110	Aceite de palma, en bruto	2,4%
200899	Las demás frutas preparadas o en conserva	2,3%
071410	Raíces de mandioca, frescas o secas	1,9%
200941	Jugo de piña ananá, sin fermentar	1,5%
200919	Otros jugos de naranja	1,3%
060290	Las demás plantas vivas	1,2%
030431	Filetes frescos o refrigerados de tilapias	0,7%
060420	Follaje, hojas, ramas y demás partes de plantas, frescos	0,7%
070999	Hortalizas frescas o refrigeradas	0,5%
151321	Aceite de palmiste o de babasu	0,4%
030289	Pescado fresco o refrigerado	0,4%
Sub Part.	Rubros orientados al mercado intrarregional	Peso relativo % *
210690	Las demás preparaciones alimenticias	9,0%
210390	Las demás preparaciones para salsas y salsas preparadas	1,5%
040120	Leche y nata	0,7%
040221	Leche en polvo	0,7%
	Subtotal de la selección	75,1%
	El resto	24,9%

Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

*Nota: Este porcentaje representa el peso ponderado de la contribución de las exportaciones de cada rubro con respecto al total acumulado de las exportaciones agropecuarias, representadas en 24 capítulos del SAC.

Con relación a las exportaciones extrarregionales, el principal destino para seis de los nueve capítulos está definido por los Estados Unidos de América, y los Estados Unidos Mexicanos, que aparece en el capítulo (15). Para las posiciones menores se destacan las que tienen como destino Europa y, en menor medida, Asia.

En las exportaciones intrarregionales se muestran dos capítulos: el (21), referido a preparaciones alimenticias diversas; y el (04), referido a lácteos, los cuales son primordialmente del ámbito centroamericano, en ambos casos el socio principal es la República de Guatemala. En menor medida, el capítulo (15) de grasas y aceites aparece parcialmente dedicado a países de la región.

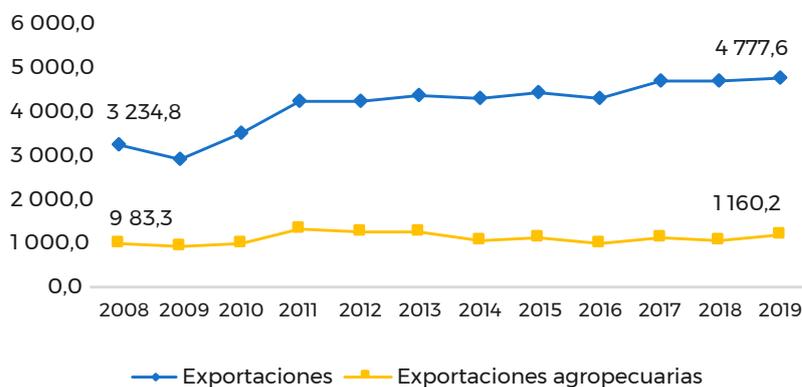
Aquellas subpartidas que acumulan el mayor porcentaje de contribución con las exportaciones para 2018, se presentan en el Cuadro 2. Estas partidas muestran una contribución acumulada cercana a los USD 3 572 millones que representan el 75% con respecto al total reportado.

República de El Salvador

Las exportaciones totales de República de El Salvador se han mantenido dentro del rango de los USD 2,9 mil millones y cerca de USD 4,8 mil millones durante el período 2008-2019, alcanzando para este último año un monto de USD 4 777,6 millones. Dentro de estas exportaciones la participación de los rubros agropecuarios se ha mantenido en un rango desde cerca de los USD 900 millones hasta cerca de los USD 1,2 mil millones para el mismo período, cerrando el año 2019 con USD 1 160,2 millones. Respecto de las exportaciones totales se revela un crecimiento sustancial entre los años 2009 a 2011 y a partir de ahí se mantienen con crecimientos moderados. En el caso de las exportaciones agropecuarias, muestran una estabilidad a lo largo del período.

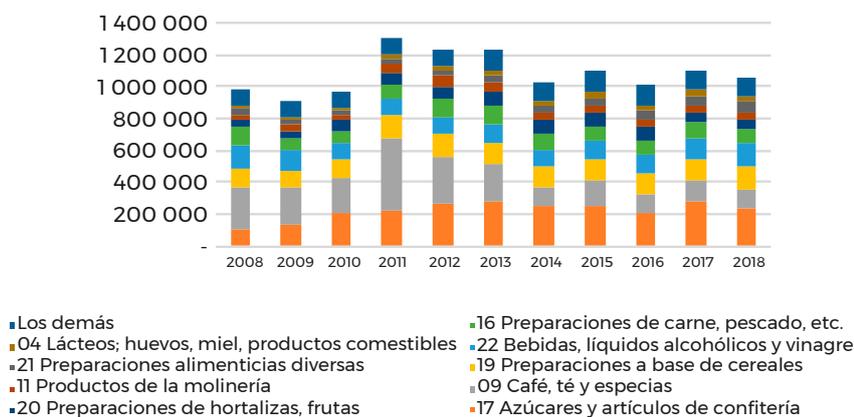
Los capítulos relevantes en su orden de mayor a menor aporte son: azúcares y artículos de confitería (17), café (09), preparaciones a base de cereales (19), bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre (22), preparaciones de carne, pescado (16), preparaciones de hortalizas y frutas (20), productos de la molinería (11), preparaciones alimenticias diversas (21) y lácteos (04), entre otros.

Figura 3
Exportaciones totales y agropecuarias de la República de El Salvador. Millones de USD 2008-2019



Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Figura 4
Exportaciones totales y agropecuarias de la República de El Salvador. Millones de USD 2008-2019



Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

En el cuadro 3, se marcan en amarillo los capítulos que corresponden al ámbito intrarregional y el resto son aquellos asociados al ámbito extrarregional.

Cuadro 3. República de El Salvador: principales socios comerciales por capítulos seleccionados - Período 2018

Denominación del capítulo	Principal	2.ª Posición	3.ª Posición
17 Azúcares y artículos de confitería	Estados Unidos de América	Canadá	Provincia china de Taiwán
09 Café, té y especias	Estados Unidos de América	República Federal de Alemania	Japón
19 Preparaciones a base de cereales	República de Guatemala	República de Honduras	República de Nicaragua
22 Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	República de España	República Italiana	Costa Rica
16 Preparaciones de carne, pescado, entre otros	República de Guatemala	República de Panamá	República de Nicaragua
20 Preparaciones de hortalizas, frutas	República de Guatemala	República de Honduras	República Dominicana
11 Productos de la molinería	República de Honduras	República de Guatemala	República de Nicaragua
21 Preparaciones alimenticias diversas	Estados Unidos de América	República de Guatemala	República de Honduras
04 Lácteos, huevos y miel	República de Guatemala	República Federal de Alemania	Estados Unidos de América

Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Cuadro 4. República de El Salvador: principales rubros según el ámbito de mercado - Período 2018

Sub Part.	Rubros orientados al mercado extrarregional	Peso relativo % *
170114	Azúcar en bruto	14,89%
090111	Café sin tostar, sin descafeinar	10,65%
160414	Atunes, listados y bonitos en conserva, enteros o en trozos	7,99%
210690	Las demás preparaciones y conservas de pescados	0,25%
160420	Las demás preparaciones alimenticias	3,18%
220299	Las demás bebidas	10,57%
190590	Los demás productos de panadería, pastelería o galletería	6,94%
170490	Los demás artículos de confitería sin cacao	3,39%
190410	Productos a base de cereales	3,22%
110220	Harina de maíz	2,66%
110100	Harina de trigo y de morcajo o tranquillón	1,74%
210390	Las demás preparaciones para salsas y salas preparadas	1,48%
040620	Queso rallado o en polvo	1,41%
200899	Las demás frutas preparadas o en conserva	1,36%
200989	Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza: Los demás	1,08%
200811	Maníes y cacahuates preparados o en conserva.	0,99%
040310	Yogur	0,60%
220300	Cerveza de malta	0,59%
160239	Las demás preparaciones de aves	0,21%
	Subtotal de la selección	73,2%
	El resto	26,8%

Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

*Nota: Este porcentaje representa el peso ponderado de la contribución de las exportaciones de cada rubro con respecto al total acumulado de las exportaciones agropecuarias, representadas en 24 capítulos del SAC.

Con relación a las exportaciones extrarregionales, el principal destino es Estados Unidos de América para tres de los nueve capítulos. Salvo para el capítulo (16), en el que se destaca el Reino de España como principal destino; para los capítulos (09), (16) y (17) las posiciones menores indican como destinos Canadá, Europa y Asia.

En las exportaciones intrarregionales, se muestran cinco capítulos en los cuales el principal destino es Centroamérica, siendo el más destacado la República de Guatemala para los capítulos (4), (19), (20) y (22) y la República de Honduras en el capítulo (11). Cabe mencionar que salvo para el capítulo (09), el resto de los países de la región centroamericana se constituyen en destino para los productos agropecuarios exportados por la República de El Salvador. En el Cuadro 4 se muestran las subpartidas más relevantes en las exportaciones salvadoreñas.

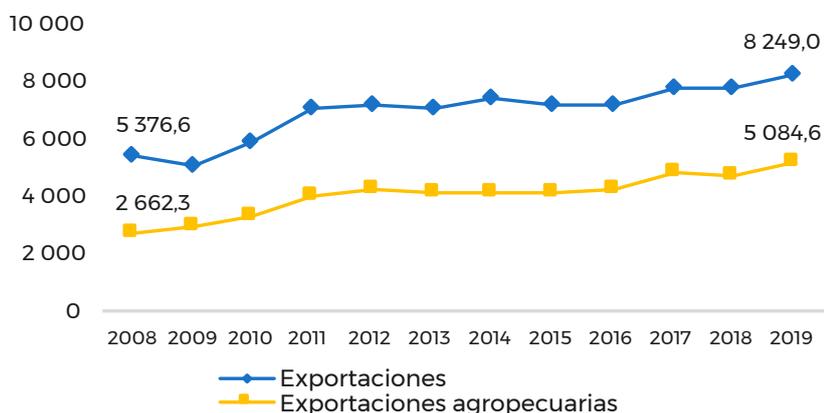
República de Guatemala

Las exportaciones totales de República de Guatemala se han mantenido dentro del rango de los USD 5 mil millones y un poco más de USD 8,2 mil millones durante el período 2008-2019, alcanzando para este último año un monto de USD 8 249 millones. En estas exportaciones la participación de los rubros agropecuarios se ha mantenido en el rango de aproximadamente USD 2,6 mil millones a un poco más de los USD 5 mil millones para el mismo período. En ambos casos se muestra un crecimiento a lo largo del período.

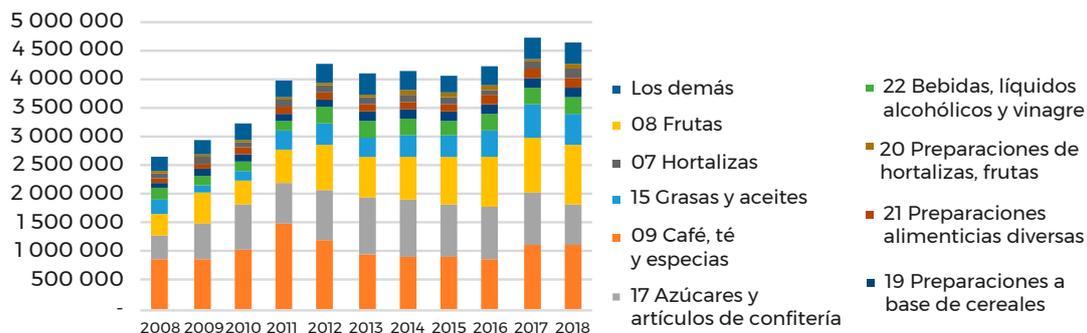
Se destacan nueve capítulos, los cuales representan en conjunto el 92% de las exportaciones agrícolas de República de Guatemala, son ellos: café (09), azúcares y artículos de confitería (17), frutas (08), grasas y aceites (15), bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre (22), preparaciones a base de cereales (19), preparaciones alimenticias diversas (21), hortalizas (07) y preparaciones de hortalizas y frutas (20).

Figura 5

**Exportaciones totales y agropecuarias de República de Guatemala
Millones de USD 2008-2019**



Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Figura 6**Exportaciones agrícolas de República de Guatemala por capítulo según SAC . Miles de USD 2008-2018**

Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Los Estados Unidos de América son el principal destino para cuatro de los nueve capítulos, asimismo, se presenta en las posiciones segunda, quinta y séptima en otros tres capítulos; para el capítulo (15) se destaca los Estados Unidos Mexicanos como principal destino, mientras que para los capítulos (08), (09) y (17) las posiciones menores indican destinos diversos entre los que destacan Norteamérica, Europa y Asia.

En las exportaciones intrarregionales se muestran cuatro capítulos, son ellos: (19), (20), (21) y (22), en los cuales el principal destino es Centroamérica, donde se destacan las Repúblicas de El Salvador y República de Honduras en las primeras posiciones. Asimismo, para los capítulos (07), (08) y (15), el resto de los países de la región centroamericana se constituyen en destino secundario para los productos agropecuarios exportados por la República de Guatemala.

Cuadro 5. La República de Guatemala: principales socios comerciales por capítulos seleccionados - Período 2018

Denominación del capítulo	Principal	2ª Posición	3ª Posición
09 Café, té y especias	Estados Unidos de América	Japón	Reino de la Arabia Saudita
17 Azúcares y artículos de confitería	Estados Unidos de América	República de Chile	Canadá
08 Frutas	Estados Unidos de América	República de El Salvador	República Italiana
15 Grasas y aceites	Estados Unidos Mexicanos	Reino de los Países Bajos	República de El Salvador
22 Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	República de El Salvador	Reino de los Países Bajos	República de Honduras
19 Preparaciones a base de cereales	República de Honduras	República de El Salvador	República de Costa Rica
21 Preparaciones alimenticias diversas	República de Honduras	República de El Salvador	República de Nicaragua
07 Hortalizas	Estados Unidos de América	República de El Salvador	Reino de los Países Bajos
20 Preparaciones de hortalizas, frutas	República de El Salvador	Estados Unidos de América	Costa Rica

Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Sub part.	Rubros orientados al mercado extrarregional	Peso relativo %*
080390	Plátanos frescos o secos	17,4%
090111	Café sin tostar, sin descafeinar	14,7%
090831	Amomos y cardamomos: sin triturar ni pulverizar	9,3%
151110	Aceite de palma, en bruto	8,7%
170199	Azúcar de caña refinado, sólido, sin aromatizante o colorante	7,4%
170114	Azúcar en bruto	6,2%
220710	Alcohol etílico sin desnaturalizar con un grado alcohólico	2,1%
080310	Plátanos macho	2,0%
151321	Aceites de palmiste o de babasu y sus fracciones, en bruto	1,2%
070810	Guisantes o arvejas frescas o refrigeradas	0,7%
080720	Papayas frescas	0,6%
070820	Alubias, incluso desvainadas, frescas o refrigeradas	0,3%
Sub part.	Rubros orientados al mercado intrarregional	Peso relativo %*
190590	Los demás productos de panadería, pastelería o galletería	1,7%
220299	Las demás bebidas	1,4%
210410	Preparaciones para sopas, potajes o caldos	1,1%
210390	Las demás preparaciones para salsas y salsas preparadas	0,8%
190410	Productos a base de cereales	0,6%
190531	Galletas dulces	0,6%
200989	Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza: los demás	0,4%
200559	Las demás alubias desvainadas, preparadas o conservadas	0,3%
	Subtotal de la selección	77,5%
	El resto	22,5%

Dentro de las subpartidas se destacan las que tienen que ver con el capítulo (08), esto es, plátanos frescos (080390); con el capítulo (09), específicamente con el café sin tostar y sin descafeinar (090111) y los amomos y cardamomos (090831), y con el capítulo (15), en lo que respecta al aceite de palma (151110), que juntas aportan cerca de USD 2 493 millones, es decir, el 65% respecto del total detallado en el cuadro 6.

República de Honduras

Las exportaciones totales de la República de Honduras, durante el período 2008-2019, se han mantenido dentro del rango de USD 2,4 mil millones y USD 4,5 mil millones, con su punto más bajo marcado en 2009 y el más alto registrado en 2017. Por su parte, la participación de los rubros agropecuarios se ha mantenido en el rango desde los USD 1,6 mil millones hasta un poco más de USD 3,4 mil millones para el mismo período.

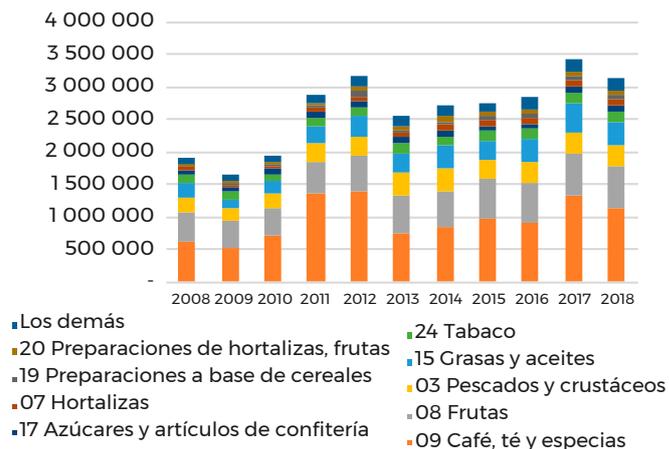
Los datos muestran que los capítulos relevantes de mayor a menor aporte en su orden son: café (09), frutas (08), pescado y crustáceos (03), grasas y aceites (15), tabaco (24), azúcares y artículos de confitería (17), hortalizas (07), preparaciones a base de cereales (19) y preparaciones de hortalizas y frutas (20).

Figura 7
Exportaciones totales y agropecuarias de la República de Honduras
Millones de USD 2008-2019



Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Figura 8
Exportaciones agrícolas de la República de Honduras por capítulo según SAC. Miles de USD 2008-2018



Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Respecto a las exportaciones extrarregionales de la República de Honduras, el principal destino es Estados Unidos de América para seis de los nueve capítulos, en dos de los cuales es el mayor receptor de sus exportaciones. Salvo para el capítulo (15), donde se destaca el Reino de los Países Bajos como principal destino, para los capítulos (08), (09) y (17) las posiciones menores indican destinos diversos, entre los que destacan Norteamérica, Europa y Asia.

En las exportaciones intrarregionales, se destaca el capítulo (19), donde el destino principal y los secundarios son centroamericanos. Adicionalmente, en los capítulos (15), (20) y (24), entre dos y cuatro posiciones secundarias son ocupadas por países de la región. Al examinar en detalle los datos de estos capítulos para el año 2018, se seleccionan aquellas subpartidas que acumulan el mayor porcentaje de contribución con las exportaciones, lo cual se muestra en el cuadro 7.

Cuadro 7. República de Honduras: principales socios por capítulos seleccionados - Período 2008 a 2018

Denominación del capítulo	Principal	2ª Posición	3ª Posición
09 Café, té y especias	República Federal de Alemania	Estados Unidos de América	Reino de Bélgica
08 Frutas	Estados Unidos de América	Canadá	Reino de los Países Bajos
03 Pescados y crustáceos	Estados Unidos de América	Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte	Estados Unidos Mexicanos
15 Grasas y aceites	Reino de los Países Bajos	Estados Unidos Mexicanos	República de El Salvador
24 Tabaco	Estados Unidos de América	República de Nicaragua	República Dominicana
17 Azúcares y artículos de confitería	Estados Unidos de América	Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte	República de Haití

Denominación del capítulo	Principal	2ª Posición	3ª Posición
07 Hortalizas	Estados Unidos de América	República de El Salvador	Canadá
19 Preparaciones a base de cereales	República de Guatemala	República de Nicaragua	República de El Salvador
20 Preparaciones de hortalizas, frutas	Estados Unidos de América	República de Nicaragua	República de El Salvador

Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

El Cuadro 8 presenta las subpartidas más relevantes para las exportaciones hondureñas, donde se destacan el café sin tostar; plátanos frescos o secos, y los demás camarones y langostinos congelados.

Cuadro 8. República de Honduras: principales rubros según el ámbito de mercado - Período 2018

Sub Part.	Rubros orientados al mercado extrarregional	Peso relativo %*
090111	Café sin tostar, sin descafeinar	35,6%
080390	Plátanos frescos o secos	17,0%
030617	Los demás camarones y langostinos congelados	7,4%
151110	Aceite de palma, en bruto	7,3%
240210	Cigarros o puros	3,4%
080719	Los demás melones, sandías, papayas, frescos	2,1%
030611	Langostas congeladas	1,5%
170113	Azúcar de caña	1,4%
070960	Pimientos del género capsicum o del género pimenta	0,9%
070999	Hortalizas frescas o refrigeradas	0,8%
200899	Las demás frutas preparadas o en conserva	0,8%
170310	Melaza de caña de azúcar	0,4%
200510	Legumbres u hortalizas homogeneizadas, preparadas	0,4%
Sub Part.	Rubros orientados al mercado intrarregional	Peso relativo %*
151190	Los demás aceites de palma y sus fracciones	2,0%
190590	Los demás productos de panadería, pastelería o galletería	1,4%
240220	Cigarrillos	1,0%
190410	Productos a base de cereales	0,4%
	Sub total de la selección	83,9%
	El resto	16,1%

Fuente: SIECA con datos del sistema de estadísticas de comercio (SEC).

*Nota: este porcentaje representa el peso ponderado de la contribución de las exportaciones de cada rubro con respecto al total acumulado de las exportaciones agropecuarias, representadas en 24 capítulos del SAC.

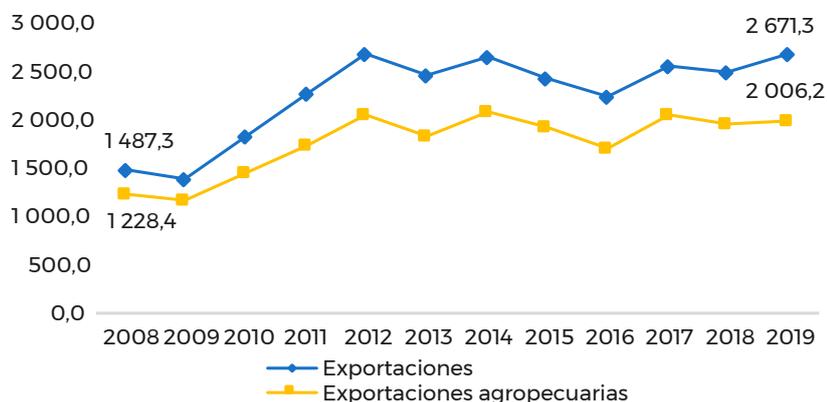
República de Nicaragua

Las exportaciones totales de la República de Nicaragua, durante el período 2008-2019, se han mantenido dentro del rango de USD 1,4 mil millones y USD 2,7 mil millones, con su punto más bajo marcado en 2009 y alcanzando su máximo en el 2012. La participación de los rubros agropecuarios para el mismo período se ha mantenido entre USD 1,2 mil millones y un poco más de los USD 2,07 mil millones, con su punto más bajo marcado en 2009 y el punto más alto en 2014. En ambos casos se muestra un crecimiento moderado hacia 2012, y a partir de ahí de forma oscilante hacia 2019.

Los datos muestran que los capítulos relevantes en su orden de mayor a menor aporte son: carne y despojos (02), café (09), azúcares y artículos de confitería (17), lácteos (04), pescado y crustáceos (03), semillas y frutos oleaginosos (12), hortalizas (07), grasas y aceites (15) y bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre (22).

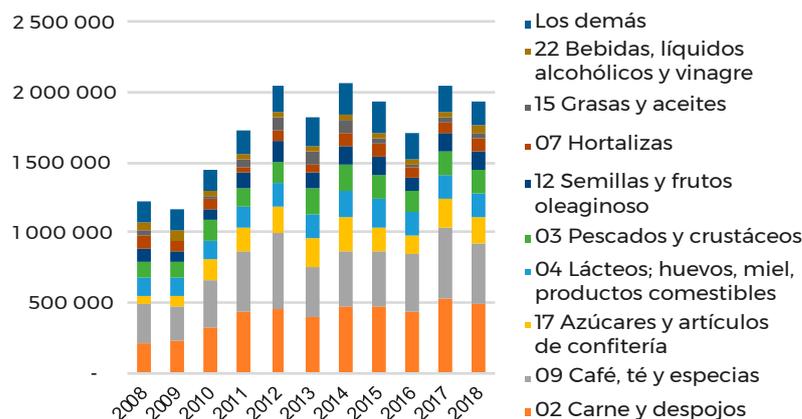
Figura 9

Exportaciones totales y agropecuarias de la República de Nicaragua. Millones de USD 2008-2019



Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Figura 10
Exportaciones agrícolas de la República de Nicaragua por capítulo según SAC. Miles de USD 2008-2018



Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Con relación a los principales socios extrarregionales, el principal destino para cuatro de los nueve capítulos son los Estados Unidos de América. Para el capítulo (12) se destaca Reino Unido como principal destino, para los capítulos (02), (03), (09), (15) y (17) las posiciones menores indican destinos diversos entre los que destacan Norteamérica, Europa y Asia. En las exportaciones intrarregionales, se muestran los capítulos (04), (07) y (22), donde el destino principal y los secundarios son centroamericanos. Adicionalmente, en los capítulos (02), (12) y (15), entre las posiciones tercera y octava, algunas son ocupadas por países de la región para productos exportados por la República de Nicaragua.

Cuadro 9. República de Nicaragua: principales socios por capítulos seleccionados - Período 2008 a 2018

Denominación del capítulo	Principal	2.ª Posición	3.ª Posición
02 Carne y despojos	Estados Unidos de América	República de El Salvador	Estado Libre Asociado de Puerto Rico
09 Café, té y especias	Estados Unidos de América	Reino de Bélgica	República Federal de Alemania
17 Azúcares y artículos de confitería	Estados Unidos de América	República de Costa de Marfil	Provincia china de Taiwán
04 Lácteos, huevos, miel, productos comestibles	República de El Salvador	República de Guatemala	Estados Unidos de América
03 Pescados y crustáceos	Estados Unidos de América	Provincia china de Taiwán	República Francesa
12 Semillas y frutos oleaginosos	Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte	Estados Unidos Mexicanos	República de El Salvador

Denominación del capítulo	Principal	2.ª Posición	3.ª Posición
07 Hortalizas	República de Costa Rica	República de El Salvador	Estados Unidos de América
15 Grasas y aceites	República de Guatemala	República de Costa Rica	República de Panamá
22 Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	República Italiana	Estados Unidos de América	República popular de China

Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Por su parte, las subpartidas más relevantes para el comercio extrarregional son: café sin tostar, sin descafeinar; carne de bovinos deshuesada, congelada, y cacahuetes sin cáscara. Mientras que para el comercio intrarregional se tiene: carne de bovinos deshuesada, congelada; alubia común, seca o desvainada, y queso fundido, excepto el rallado en polvo.

Cuadro 10. República de Nicaragua: principales rubros según el ámbito de mercado - Período 2018

Sub Part.	Rubros orientados al mercado extrarregional	Peso relativo %*
090111	Café sin tostar, sin descafeinar	21,5%
020230	Carne de bovinos deshuesada, congelada	12,8%
120242	Cacahuetes sin cáscara, incluso quebrantados	5,8%
170113	Azúcar de caña	5,5%
030611	Langostas congeladas	2,9%
030617	Los demás camarones y langostinos congelados	2,5%
170199	Azúcar de caña refinado, sólido, sin aromatizante o colorante	2,4%
040690	Los demás quesos (participación en los dos ámbitos)	1,2%
150810	Aceite de cacahuate o maní, en bruto	1,2%
Sub Part.	Rubros orientados al mercado intrarregional	Peso relativo %*
020130	Carne de bovinos deshuesada, fresca o refrigerada	9,2%
071333	Alubia común, seca desvainada	4,1%
040630	Queso fundido, excepto el rallado en polvo	2,1%
040221	Leche en polvo, sin azucarar ni edulcorar de otro modo	1,6%
220840	Ron y aguardiente de caña o tafia	1,5%
040690	Los demás quesos (participación en los dos ámbitos)	1,2%
	Subtotal de la selección	75,5%
	El resto	24,5%

Fuente: SIECA con datos del sistema de estadísticas de comercio (SEC).

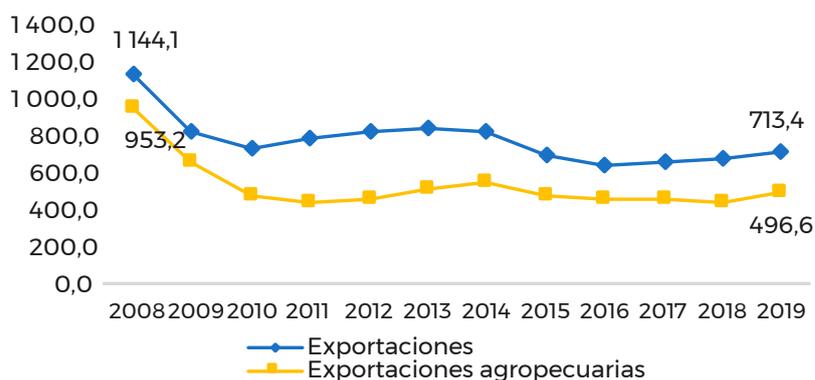
*Nota: este porcentaje representa el peso ponderado de la contribución de las exportaciones de cada rubro con respecto al total acumulado de las exportaciones agropecuarias, representadas en 24 capítulos del SAC.

República de Panamá

Las exportaciones totales de la República de Panamá se han mantenido dentro del rango de los USD 713 millones y un poco más USD 1,1 mil millones durante el período 2008-2019, en este caso el máximo fue marcado en 2008 con USD 1 144,1 millones, y a partir de ahí un descenso hacia 2019 cuando registró USD 713,4 millones. En estas exportaciones la participación de los rubros agropecuarios fue de 953 millones de USD en 2008 y USD 496 millones para el 2019. Tanto en las exportaciones totales como en las agropecuarias se observa un decrecimiento a partir de 2008.

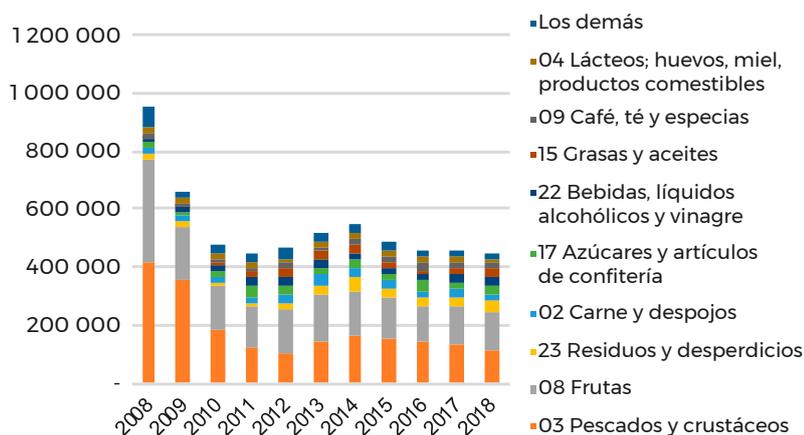
Los datos muestran que los capítulos relevantes en su orden de mayor a menor aporte son: pescado y crustáceos (03), frutas (08), residuos y desperdicios (23), carne y despojos (02), azúcares y artículos de confitería (17), bebidas, líquidos alcohólicos (22), grasas y aceites (15), café (09) y lácteos (4).

Figura 11
Exportaciones totales y agropecuarias de la República de Panamá.
Millones de USD 2008-2019



Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Figura 12
Exportaciones agrícolas de la República de Panamá por capítulo según SAC. Miles de USD 2008 - 2018



Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Estados Unidos de América es el principal destino para tres de los nueve capítulos más relevantes, seguido por Asia y Europa en los capítulos de frutas (08), residuos y desperdicios (23), carne y despojos (02), entre otros.

Cuadro 11. República de Panamá: principales socios por capítulos seleccionados - Período 2008 a 2018

Denominación del capítulo	Principal	2.ª Posición	3.ª Posición
03 Pescados y crustáceos	Estados Unidos de América	Reino de España	República Socialista de Vietnam
08 Frutas	Reino de los Países Bajos	República Federal de Alemania	Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte
23 Residuos y desperdicios	República popular de China	República Federal de Alemania	República de Costa Rica
02 Carne y despojos	Provincia China de Taiwán	Región Administrativa Especial de Hong Kong	Jamaica
17 Azúcares y artículos de confitería	Estados Unidos de América	Estado Libre Asociado de Puerto Rico	Reino de España
22 Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	Zona Franca República de Panamá	República de Colombia	Estado Plurinacional de Bolivia
15 Grasas y aceites	Reino de Dinamarca	Estados Unidos Mexicanos	República de Nicaragua
09 Café, té y especias	Estados Unidos de América	Provincia China de Taiwán	Japón
04 Lácteos, huevos, miel, prods. comestibles	República de Costa Rica	República de Nicaragua	República de Guatemala

Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Cuadro 12. República de Panamá: principales rubros según el ámbito de mercado - Período 2018

Sub Part.	Rubros orientados al mercado extrarregional	Peso relativo %*
080390	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.)	23,5%
230120	Harina, polvo y pellets de pescado o de crustáceos, moluscos	8,3%
030616	Camarones y langostinos congelados de agua fría	6,8%
170113	Azúcar de caña	6,3%
151110	Aceite de palma, en bruto	4,6%
030617	Los demás camarones y langostinos congelados	4,3%
220840	Ron y aguardiente de caña o tafia	4,3%
020230	Carne de bovinos deshuesada, congelada	3,3%
080430	Piñas, frescas o secas	3,0%
090122	Café tostado descafeinado	2,7%
150420	Aceites y grasas de pescado y sus fracciones	2,2%
020610	Despojos comestibles de animales de la especie bovina	1,4%
Sub Part.	Rubros orientados al mercado intrarregional	Peso relativo %*
040711	Los huevos fertilizados para la incubación de aves domésticas	1,5%
040291	Las demás leches sin azucarar ni edulcorar de otro modo	0,8%
	Subtotal de la selección	73,0%
	El resto	27,0%

Fuente: SIECA con datos del sistema de estadísticas de comercio (SEC).

*Nota: este porcentaje representa el peso ponderado de la contribución de las exportaciones de cada rubro con respecto al total acumulado de las exportaciones agropecuarias, representadas en 24 capítulos del SAC.

De este grupo de subpartidas se destacan las que tienen que ver con el capítulo (08), es decir, los plátanos frescos (080390), el capítulo (23) con harina de pescado (230120), el capítulo (03) con camarones y langostinos (030616) y el capítulo (17), en lo que respecta al azúcar (170113), las cuales en conjunto aportan un poco más de USD 202 millones, es decir, el 61% respecto del total detallado en el Cuadro 12.

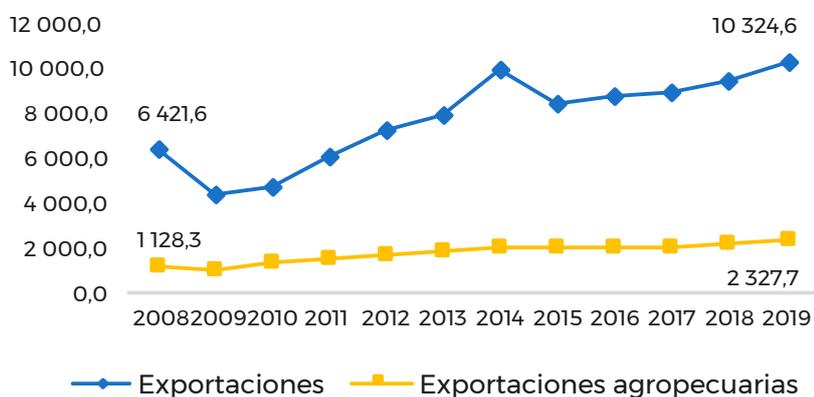
República Dominicana

Las exportaciones totales de República Dominicana, durante el período 2008-2019, se han mantenido dentro del rango de los USD 4,3 mil millones y un poco más de USD 10 mil millones, con su punto más bajo en el año 2009 y su punto más alto registrado en 2019, cuando marcó un monto de USD 10 324,6 millones. Dentro de estas exportaciones la participación de los rubros agropecuarios se ha mantenido en el rango entre un poco más de USD mil millones y un poco más de los USD 2,3 mil millones para el mismo período.

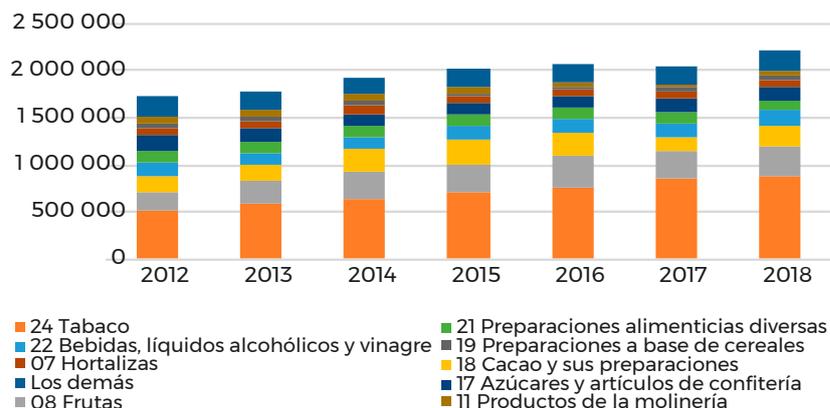
Los datos muestran que los capítulos relevantes en su orden de mayor a menor aporte son: tabaco (24), frutas (08), cacao y sus preparaciones (18), bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre (22), preparaciones alimenticias diversas (21), azúcares y artículos de confitería (17), hortalizas (07), preparaciones a base de cereales (19) y productos de la molinería (11).

Figura 13

Exportaciones totales y agropecuarias de República Dominicana
Millones de USD 2008-2019



Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Figura 14**Exportaciones agrícolas de República Dominicana por capítulo según SAC Miles de USD 2008-2018**

Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Estas partidas, en orden ascendente, muestran para 2018 una contribución acumulada mayor a los USD 1 653 millones que representan el 75% con respecto al total reportado por los capítulos del 1 al 24 del arancel, que suman un poco más de USD 2 208 millones, por lo cual se puede decir que constituyen una contribución significativa, con lo cual se ilustran las prioridades en cuanto a la actividad productiva que se orienta al comercio internacional.

Cuadro 13. República Dominicana: principales socios por capítulos seleccionados para 2018

Denominación del capítulo	Principal	2ª Posición	3ª Posición
24 Tabaco	Estados Unidos de América	República Federal de Alemania	Estado Libre Asociado de Puerto Rico
08 Frutas	Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte	Reino de los Países Bajos	Estados Unidos de América
18 Cacao y sus preparaciones	Reino de los Países Bajos	Estados Unidos de América	Reino de Bélgica
22 Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	Reino de España	Estados Unidos de América	República de Haití
17 Azúcares y artículos de confitería	Estados Unidos de América	Estado Libre Asociado de Puerto Rico	Islas Vírgenes de los Estados Unidos
21 Preparaciones alimenticias diversas	República de Haití	Estados Unidos de América	Estado libre asociado de Puerto Rico
07 Hortalizas	Estados Unidos de América	Estado libre asociado de Puerto Rico	República de Haití
19 Preparaciones a base de cereales	República de Haití	Estados Unidos de América	Estado libre asociado de Puerto Rico
11 Productos de la molinería	República de Haití	Estado Libre Asociado de Puerto Rico	República Federativa del Brasil

Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Cuadro 14. República Dominicana: principales socios por capítulos seleccionados para 2018

Sub Part.	Rubros orientados al mercado extrarregional	Peso relativo %*
240210	Cigarros o puros	33,4%
180100	Cacao en grano, entero o partido crudo o tostado	9,3%
080310	Plátanos macho	6,0%
170113	Azúcar de caña	4,2%
080390	Plátanos frescos o secos	3,6%
240120	Tabaco total o parcialmente desvenado o desnervado	2,8%
210690	Las demás preparaciones alimenticias	2,2%
210390	Las demás preparaciones para salsas y salsas preparadas	2,0%
190531	Galletas dulces	1,2%
110100	Harina de trigo y de morcajo o tranquillón	1,1%
170310	Melaza de caña de azúcar	1,0%
220299	Las demás bebidas	0,9%
210320	Salsa de tomate	0,9%
070200	Tomates frescos o refrigerados	0,8%
070960	Pimientos del género capsicum o del género pimenta	0,8%
110313	Grañones y sémola de maíz	0,5%
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	0,3%
190219	Las demás pastas alimenticias sin cocer, rellenar	0,2%
	Subtotal de la selección	74,8%
	El resto	25,2%

Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Dentro de este grupo de subpartidas se destacan las del capítulo (24), es decir cigarros o puros (240210), el capítulo (18) con los cacahuetes (180100) y el capítulo (08) con plátanos (080310), las cuales en conjunto aportan un poco más de USD 1 074 millones, es decir, el 65% respecto del total detallado.

El Cuadro 15 muestra los principales grupos de productos importados por República Dominicana provenientes del resto de la región.

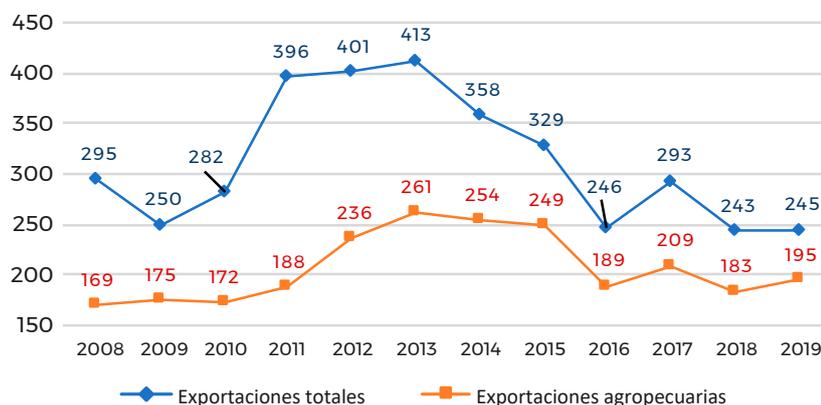
Cuadro 15. Importaciones intrarregionales Principales capítulos - Año 2018 valores en miles de USD

Capítulo	Miles de USD
21 Preparaciones alimenticias diversas	11 641,8
24 Tabaco	10 184,1
22 Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	5 242,1
11 Productos de la molinería	3 139,2
20 Preparaciones de hortalizas, frutas	1 299,7
Total	31 506,9

Belice

Las exportaciones totales de Belice se han mantenido dentro del rango de los USD 243 millones y los USD 413 millones durante el período 2008-2019, alcanzando su punto más alto en el año 2013, a partir del cual se experimentó un descenso para concluir con un promedio de USD 260 millones para los últimos 3 años. Dentro de estas exportaciones la participación de los rubros agropecuarios se ha mantenido en el rango cercano entre los USD 169 millones y un poco más de los USD 261 millones, alcanzando su punto más alto para el mismo período de 2013, a partir del cual se experimenta un descenso hasta alcanzar un promedio de USD 195 millones para los últimos 3 años. En ambos casos, la fuente utilizada reporta que los datos para el último año son aún sujetos de actualización¹. Tomando como base el año 2018, las exportaciones agropecuarias representaron un 75% con respecto al total. La figura 15 ilustra la tendencia de las exportaciones antes descritas.

Figura 15
Exportaciones totales y agrícolas de Belice
Millones de USD 2008-2019

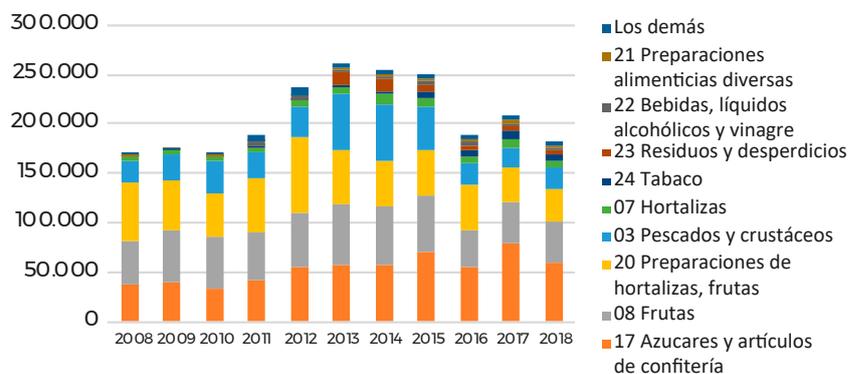


Fuente: elaboración propia a partir de los datos consultados en la plataforma de TRADE MAP.

¹ La fuente de los datos TRADE MAP señala que la información correspondiente a 2019 se encuentra registrada a septiembre del mismo año, por tanto, puede haber datos pendientes de actualizar.

Con respecto a los 24 capítulos de la nomenclatura arancelaria que representan a las exportaciones agropecuarias de Belice, se hizo la selección de los nueve que resultan más relevantes en cuanto al valor reportado, dado que de manera conjunta representan el 97% del total acumulado. Tales capítulos son los siguientes: azúcares y artículos de confitería (17), frutas (08), preparaciones de hortalizas y frutas (20), pescado y crustáceos (03), hortalizas (07), tabaco (24), residuos y desperdicios (23), bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre (22) y preparaciones alimenticias diversas (21). Esta información se ilustra en la figura 16.

Figura 16
Exportaciones agrícolas de Belice por capítulo según SAC
Miles de USD 2008-2018



Fuente: elaboración propia a partir de los datos consultados en la plataforma de TRADE MAP.

En el Cuadro 16 se presenta la información con relación a los socios comerciales más importantes en función de las exportaciones de cada uno de los capítulos relevantes, basados en los datos registrados para 2018. En amarillo aparecen los destinos que corresponden al ámbito intrarregional y el resto son aquellos asociados al ámbito extrarregional.

Cuadro 16. Belice - principales socios comerciales por capítulos seleccionados - Período 2018

Capítulo	Principal	2.ª Posición	3.ª Posición
17 Azúcares y artículos de confitería	Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte	Estados Unidos de América	
08 Frutas	Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte	Irlanda	
20 Preparaciones de hortalizas, frutas	Estados Unidos de América	República de Jamaica	Reino de los Países Bajos
03 Pescados y crustáceos	Estados Unidos de América	República de Jamaica	República Francesa

Capítulo	Principal	2.ª Posición	3.ª Posición
07 Hortalizas	Jamaica	República de Trinidad y Tobago	Estados Unidos de América
24 Tabaco	República de Honduras		
23 Residuos y desperdicios	República de Guatemala	Estados Unidos de América	
22 Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	Estados Unidos de América	Estados Unidos Mexicanos	
21 Preparaciones alimenticias diversas	Estados Unidos de América	Japón	

Fuente: elaboración propia a partir de los datos consultados en la plataforma de TRADE MAP.

En el cuadro precedente puede apreciarse a los principales socios para cada uno de los capítulos seleccionados, los cuales han sido ordenados en cuanto al valor de exportación reportado y el porcentaje de participación, por parte de los socios principales, de conformidad con los datos obtenidos para el año 2018.

Con relación a las exportaciones extrarregionales, el principal destino está definido por Reino Unido, que por el volumen importado ocupa la primera posición, seguido por los Estados Unidos de América, el cual es el principal para cuatro de los nueve capítulos, y Jamaica. Para las posiciones menores se destacan también los Estados Unidos de América, Jamaica, República de Trinidad y Tobago y las que tienen como destino Europa y, en menor medida, Asia (Japón) y los Estados Unidos Mexicanos.

En las exportaciones intrarregionales se muestran dos capítulos: el (24) referido al tabaco y el (23) de residuos y desperdicios, los cuales son del ámbito centroamericano y los socios principales son las Repúblicas de Honduras y República de Guatemala, respectivamente. Más adelante, dados los propósitos del estudio, se incluyen dos capítulos adicionales, en uno de los cuales, el capítulo (10) referido a los cereales, la República de Guatemala resulta ser el importador más relevante.

A partir de este punto, a efecto de hacer una aproximación en la identificación de oportunidades que no sean necesariamente en las principales exportaciones tradicionales, se dejaría de incluir el capítulo (17) de azúcares y artículos de confitería, así como las partidas del capítulo (08) referidas a las exportaciones de plátano. Sin contar con estos dos capítulos, al examinar en detalle los datos de los capítulos seleccionados de conformidad con las exportaciones acumuladas para el año 2018, y con la inclusión de los capítulos (10) de los cereales y (11) de productos de la molinería, que serían los capítulos subsecuentes en importancia, se ha procedido a organizar los datos señalados de acuerdo con el ámbito al cual están principalmente orientadas las exportaciones y el peso relativo de estos rubros con relación al total exportado, lo cual se muestra en el cuadro 17.

Cuadro 17. Belice - principales rubros según el ámbito de mercado - Período 2018

Partida	Rubros orientados al mercado extrarregional	Peso relativo %*
2009	Jugos de frutas u otros frutos	17,6%
0306	Crustáceos	8,0%
0713	Hortalizas de vaina secas desvainadas	3,7%
0307	Moluscos	3,6%
2302	Salvados, moyuelos y demás residuos de la molienda	1,8%
2103	Preparaciones para salsas y salsas preparadas	1,5%
1103	Grañones, sémola y "pellets", de cereales	0,6%
2208	Alcohol etílico sin desnaturalizar	0,5%
2104	Preparaciones para sopas, potajes o caldos	0,4%
2008	Preparaciones de frutas u otros frutos y demás	0,4%
2203	Cerveza de malta	0,3%
0807	Melones, sandías y papayas, frescos	0,3%
Partida	Rubros orientados al mercado intrarregional	Peso relativo % *
2402	Cigarros "puros", cigarrillos "puritos" y cigarrillos	3,1%
1005	Maíz	1,4%
2309	Preparaciones para la alimentación de los animales	1,0%
	Subtotal de la selección	44,1%
	El resto	55,9%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos consultados en la plataforma de TRADE MAP.

*Nota: este porcentaje representa el peso ponderado de la contribución de las exportaciones de cada rubro con respecto al total acumulado de las exportaciones agropecuarias, representadas en 24 capítulos del SAC.

Por supuesto, dentro de este grupo de partidas se destacan en las primeras posiciones las que tienen que ver con el capítulo (20), es decir, los jugos de frutas u otros frutos (2009) y del capítulo (03) en lo que respecta a las partidas de crustáceos y moluscos (0306 y 0307) y el capítulo (07) en lo que corresponde a la partida (0713) de las hortalizas de vaina, que juntas aportan más de USD 60,34 millones, es decir, casi el 75% respecto del total detallado acumulado de las partidas seleccionadas que asciende a USD 80,75 millones.

Regional

El sector agropecuario de forma conjunta en la región representa alrededor del 50% del total de las exportaciones como un promedio entre 2008 y 2019. Con relación a los 10 capítulos más relevantes, siete de estos se orientan al mercado extrarregional, mientras que los restantes tres al mercado intrarregional.

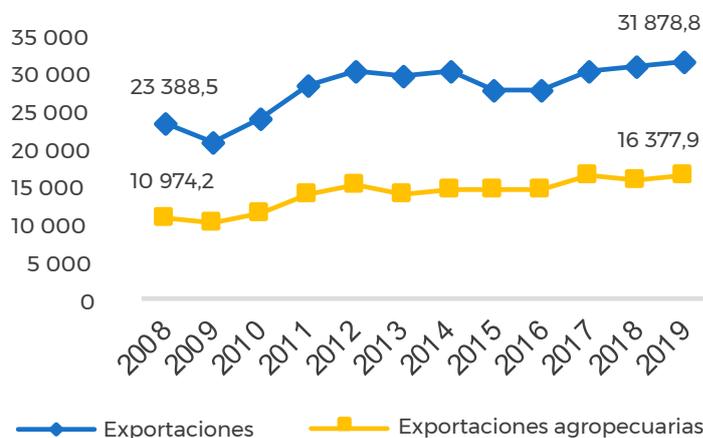
Cuadro 18. Principales socios comerciales por capítulos seleccionados para 2018

Capítulo	Principal	2.ª Posición	3.ª Posición
08 Frutas	Estados Unidos de América	Reino de los Países Bajos	Reino de Bélgica
09 Café, té y especias	Estados Unidos de América	Reino de Bélgica	República Federal de Alemania
17 Azúcares y artículos de confitería	Estados Unidos de América	República popular de China	República de Chile
15 Grasas y aceites	Reino de los Países Bajos	Estados Unidos Mexicanos	República de España
03 Pescados y crustáceos	Estados Unidos de América	Provincia China de Taiwán	Reino Unido
02 Carne y despojos	Estados Unidos de América	Estados Unidos Mexicanos	Estado Libre Asociado de Puerto Rico
20 Preparaciones de hortalizas, frutas	Estados Unidos de América	Reino de los Países Bajos	Reino de Bélgica

Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC).

Figura 17

**Exportaciones totales y agrícolas de Centroamérica
Millones de USD 2008-2019**



Fuente: elaboración propia a partir de los datos consultados en la plataforma de TRADE MAP.

Con relación a las exportaciones extrarregionales, el principal destino es los Estados Unidos de América para seis de los ocho capítulos. Asimismo, Europa, a través de Reino de los Países Bajos y Reino de Bélgica, resulta ser otro destino importante.

Por su parte, las exportaciones intrarregionales agrícolas han representado un promedio del 20% con respecto al total de las exportaciones agropecuarias, a lo largo del período 2008-2018.

Cuadro 19. Centroamérica: exportaciones agropecuarias intrarregionales - 10 capítulos más relevantes. Período 2018 valores en millones de USD

Capítulos	Valor
21 Preparaciones alimenticias diversas	612
19 Preparaciones a base de cereales	466
22 Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	346
04 Lácteos	337
15 Grasas y aceites	269
20 Preparaciones de hortalizas, frutas	178
02 Carne y despojos	207
23 Residuos y desperdicios de la industria alimentaria	189
16 Preparaciones de carne, pescado, entre otros	140
11 Productos de la molinería	105
Subtotal	2 850
Los demás	500
Total	3 350

El cuadro 19 muestra los capítulos más relevantes en el comercio agropecuario intrarregional, donde se destacan las preparaciones alimenticias con un peso del 18%; preparaciones a base de cereales, 13%, y bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre con 10%.



Retos y oportunidades para los productos agrícolas de la región SICA



Retos y oportunidades para los productos agrícolas de la región SICA

Para el análisis de las oportunidades comerciales, se desarrolló un periodo de consulta nacional y regional con actores relevantes del sector público, privado y de cooperación internacional a través de entrevistas semiestructuradas y encuestas en formato virtual, -además del análisis estadístico de las cifras de comercio-. Los interlocutores consultados² brindaron mayor detalle sobre los rubros con oportunidad en el mercado regional, los desafíos para aumentar la oferta exportable, mercados convenientes para orientar el esfuerzo productivo y sobre las cadenas de valor.

Productos o grupos de productos con oportunidad

A partir de los instrumentos de consulta (encuestas y entrevistas virtuales), los actores que participaron en el proceso señalaron una serie de rubros agropecuarios que presentan ventajas para conformar la oferta exportable más allá de lo tradicional, a partir de su experiencia desde el ámbito público y privado. Los resultados se resumen en el cuadro siguiente:

Cuadro 20. Rubros en los que se considera existen oportunidades para conformar la oferta exportable

<ul style="list-style-type: none"> • Pitahaya • Hortalizas • Frutas • Productos lácteos (Quesos de leche de cabra) • Miel de abeja • Aguacate • Pimienta negra y pimienta gorda • Aceite de coco • Aceite y semillas de ajonjolí • Aceites esenciales • Harinas de tubérculos (yuca, camote, malanga) 	<ul style="list-style-type: none"> • Cardamomo • Maracuyá • Guanábana • Productos nostálgicos (derivados de maíz, dulces, lácteos) • Cárnicos (Res, cerdos y ovinos) • Cacao • Plantas ornamentales • Caucho natural • Banano • Raíces y tubérculos • Tilapia • Café
--	--

Fuente: Elaborado a partir de los datos obtenidos en las consultas realizadas.

² Actores del sector público y privados de la región SICA relevantes para la realización del estudio.

Adicionalmente, algunos aportes también hacen referencia a casos especiales tales como los que se citan a continuación (se anotan tal cual fueron indicados):

- Para el corredor seco pitahaya, rambután y okra como cultivo alternativo.
- Los productos frescos orgánicos (frutas y vegetales).
- Los “*super foods*” en general por el crecimiento en su demanda.
- Cómo se ve, productos “diferenciados” por certificaciones o con demanda creciente.

Dentro de los productos identificados, existen rubros cuya demanda es extrarregional tal es el caso del café, miel, caucho natural, y otros que poseen oportunidad también en el mercado intrarregional tal es el caso de las hortalizas y los cárnicos.

Desafíos para aumentar la oferta exportable

Para fomentar el desarrollo de estos rubros dentro de la oferta exportable, los actores consultados han señalado algunos desafíos, los cuales se detallan a continuación:

Cuadro 21. Desafíos para aumentar la oferta exportable

- Implementar una política clara de diversificación e industrialización productiva
- Impulsar de las cadenas de valor locales y regionales.
- Diseñar programas que impulsen la producción y comercialización de estos rubros.
- Promover la asociatividad de pequeños productores y dotarlos de tecnología para generar economías de escala.
- Impulsar tecnología y asistencia técnica, inversión en todos los sentidos, productos de calidad, inocuidad.
- Corregir los problemas estructurales de acceso al crédito (financiamiento).
- Transformar los productos para que tengan un valor agregado y cumplimiento de las medidas sanitarias y fitosanitarias.
- Automatizar y estandarizar de procesos productivos primarios y de procesamiento.
- Incorporar de tecnologías productivas, ej.: variedades tolerantes a la sequía, riego por goteo, procesamiento del grano.
- Brindar acompañamiento técnico al nuevo exportador (mediante metodologías tipo tutoriales o del paso a paso), e incluso al exportador consolidado que quiere ingresar en nuevos productos o mercados.
- Aseguramiento de nichos de mercado (generalmente los apoyos se orientan a la identificación y a conseguir las primeras transacciones, pero es preciso continuar con el apoyo para que este logro sea sostenible).
- Una promoción y prospección constante para identificar productos y mercados.
- Brindar seguimiento en mercado destino por medio de oficinas de capital nacional que acompañen al exportador (p.ej. oficinas de PROCOMER en varios puntos a nivel mundial).

Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos en las consultas realizadas.

Los aportes antes detallados, han sido trasladados respetando en todo lo posible la expresión del actor consultado, haciendo breves ajustes y organizando los datos para facilitar su lectura, sin embargo, es oportuno señalar que muchos de los argumentos o aspectos incluidos en estos aportes, resultan ser consistentes con las recomendaciones derivadas de otros estudios o investigaciones realizadas orientadas al mejoramiento de las exportaciones.³

En una de las preguntas compartidas mediante la encuesta complementaria, respecto de los retos y desafíos para aumentar las exportaciones agropecuarias, se indicó que se suelen señalar mejoras que deben ser incorporadas en los productos en cuanto a la calidad y cantidad (volumen). Sobre la lista de mejoras se solicitó ponerlas en orden ascendente en cuanto a su relevancia al momento de tomar decisiones asociadas al comercio exterior, los resultados se ilustran a continuación:

Cuadro 22. Priorización de los desafíos basado en una lista de criterios proporcionados (orden de posición)

Mejoras	Actores públicos	Actores privados
Alianzas entre productores y procesadores	1er	2do
Acceso a crédito	2do	6to
Buenas prácticas agrícolas (BPA) y de manufactura (BPM)	3er	1er
Investigación de mercado y misiones comerciales	4to	4to
Mayor valor agregado	5to	3er
Mejora en proceso de producción	6to	5to
Uso de herramientas digitales	7to	7to

Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos en las consultas realizadas.

Mientras que los actores públicos participantes de la consulta consideran que las alianzas entre productores y procesadores, el acceso al crédito y las BPA – BPM son las mejoras más relevantes, para los actores privados resultan ser: las BPA – BPM, las alianzas entre productores y procesadores, así como el mayor valor agregado. Entre ambos hay coincidencias respecto de colocar en un orden de prioridades las BPA – BPM y las alianzas entre productores y procesadores.

³ Algunos de los documentos a los que se hace referencia son:

1. El comercio de bienes y servicios en Centroamérica: una nueva mirada en 2013, CEPAL 2013
2. Manual para el fortalecimiento de cadenas de valor, CEPAL 2016
3. Articulación productiva y cadenas regionales de valor – Una propuesta metodológica para la región SICA, CEPAL SIECA, 2018.

También se destaca como desafío relevante la investigación de mercados y las misiones comerciales.

Haciendo un resumen de los aportes, se puede hacer algunas reflexiones respecto de los desafíos para aumentar la oferta exportadora, entre otros:

- Se espera que los gobiernos en particular y las alianzas regionales entre 2 o más países, dispongan de una política de fomento a las exportaciones agropecuarias, priorizando rubros, cadenas de valor, destinos comerciales, entre otros, con lo cual se le pueda brindar soporte a las iniciativas exportadoras.
- En rubros no tradicionales con oportunidad en el comercio exterior, se tendrá que trabajar desde la producción primaria para impulsar las Buenas Prácticas Agrícolas hasta la postcosecha, garantizando el volumen y frecuencia mediante las alianzas entre productores, así como también estableciendo los vínculos entre estos y la industria procesadora.
- La política de fomento puede abordar la asignación de recursos económicos para éste, la realización del análisis y la investigación comercial, el diseño de los instrumentos financieros, la asistencia técnica, acciones de fortalecimiento organizacional y la promoción comercial, entre otros.
- Lo anterior conduce al fortalecimiento de las cadenas de valor, sean estas locales, regionales o bien internacionales.

Mercados convenientes para orientar el esfuerzo productivo

Se consultó a los actores respecto cuál es el destino más conveniente para orientar el esfuerzo productivo agropecuario destinado al comercio exterior, tanto intrarregional como extrarregional, siendo los criterios:

- Insumos primarios
- Semi procesados
- Procesados y listos

Salvo algunas excepciones, se señala que el mercado intrarregional ofrece las mayores posibilidades para las tres categorías señaladas, asimismo, también se indica que para el mercado extrarregional deberían orientarse principalmente a los semi procesados o a los procesados y listos para su consumo.

Esto último, se indica que los productos frescos para ser comercializados al mercado extrarregional, más allá de los que actualmente lo han logrado (Ejemplo Piña de Costa Rica), no se cuenta aún con la infraestructura y los servicios logísticos para garantizar su vida útil hasta llegar al mercado de destino. No obstante, hay una demanda latente de productos frescos que siempre constituirá una oportunidad.

Desde la perspectiva del segmento de mercado por atender, se consultó sobre cuál debería ser la orientación del esfuerzo comercial, siendo los criterios:

- *Commodities*
- Nicho de mercado
- Mercado étnico
- Productos orgánicos
- De la granja a la mesa

Salvo la participación en *commodities* que forman parte de los productos tradicionales de cada uno de los países, los participantes indican que existen rubros en los que hay un consumo latente en la región y es en estos en los que se podría enfocar el esfuerzo, para lo cual hay que considerar previamente las condiciones edafoclimáticas a efecto de establecer los rubros específicos que pueden tener oportunidad.

Respecto de los mercados nicho, en su mayoría señalan que deben ser orientados al ámbito extrarregional, salvo en el caso de aquellos en la línea “De la granja a la mesa” dadas las exigencias de infraestructura requeridas para impulsarlas fuera de la región, la orientación debe ser intrarregional.

En lo que respecta a los productos orgánicos, se menciona que el ámbito intrarregional aún no está desarrollado como para valorar la diferenciación y en consecuencia debería ser orientados principalmente hacia los Estados Unidos de América, Canadá y Europa, en donde existen espacios para estos productos y son altamente apreciados.

En concordancia con los aportes de los interlocutores de la región, para FAO (2019) las características y hábitos alimentarios de América Latina han cambiado drásticamente en las últimas tres décadas, existiendo una mayor disponibilidad de alimentos, pese a que la capacidad de acceso económico a los productos nutricionalmente más adecuados difiere según los niveles de ingreso, existe un cambio creciente en los sistemas alimentarios de los países favoreciendo la sostenibilidad de la salud y la nutrición.

Los resultados de los instrumentos de consulta señalan que las cadenas productivas agropecuarias que poseen las mejores condiciones para su impulso y desarrollo se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro 23. Cadenas de valor que a criterio de los actores consultados poseen las mejores condiciones para su impulso y desarrollo

Cadenas de valor	
<ul style="list-style-type: none"> • Granos básicos: frijol, maíz y arroz • Cacao • Apicultura • Café • Pesca y acuicultura 	<ul style="list-style-type: none"> • Lácteos • Frutas • Hortalizas • Aceites esenciales • Ganadería sostenible

Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos en las consultas realizadas.

Con respecto a los aportes, tres de los casos coinciden con los resultados indicados en los esfuerzos que realiza SIECA, siendo estos: cacao, café y lácteos, de los cuales se ha estado realizando acciones específicas en la cadena de cacao.

El resto de los rubros, son mencionados como aquellos que cumplen algunos de los criterios de selección y poseen un potencial para su desarrollo, de hecho, en su mayoría los consultados manifiestan que las cadenas de valor y en particular las CRV son viables para orientarlas al comercio exterior, pero para conseguirlo se detallan algunos de los desafíos:

Cuadro 24. Desafíos para el fortalecimiento de las cadenas de valor

- Se necesita mucho más inversión tanto en la fase de producción como en la fase de transformación de los productos para agregar valor.
- Planes en conjunto con el sector privado, banca, exportador y gobierno central.
- Acceso a tecnología e innovación para los agricultores y procesadores.
- Acceso a financiamiento, logística, centros de acopio e infraestructura.
- Fortalecer la capacidad de negociación y organización de productores.
- Limitado conocimiento técnico y desarrollo empresarial (la formalización de empresas y organizaciones).
- Búsqueda de nuevos nichos de mercado para expansión de los productos como tales (la inteligencia de mercados).
- La innovación tecnológica siempre y cuando se cuente con el mercado requerido.
- Articulación de los actores participantes de forma competitiva.

Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos en las consultas realizadas.

Como resumen a los aportes sobre las cadenas de valor, al igual como se ha indicado en lo que concierne al fomento de aumentar la oferta exportadora, se puede señalar:

- La necesidad de disponer de una política nacional y regional entre dos o más países para darle sustento y certidumbre al desarrollo de las cadenas de valor, a efecto de fomentar en los actores de la producción primaria y de la industria procesadora el establecimiento de alianzas, mediante cadenas de valor de cara al aprovechamiento de oportunidades comerciales en el exterior.
- Tal como se señala, además de la asignación de recursos para las acciones de inteligencia comercial, de tecnología, financiamiento, entre otros, es muy importante establecer una buena gobernanza entre los eslabones de la cadena y que un actor institucional, por ejemplo, un ente ministerial (Agricultura, Industria o Economía) o bien de tipo gremial (Cámaras o Federaciones) que cumpla el rol de rectoría para liderar y coordinar de los esfuerzos de los actores participantes de la cadena.
- Es igualmente importante desarrollar acciones de fortalecimiento entre los actores de cada eslabón y a la vez entre los eslabones a fin de sentar la bases para el desarrollo de la cadena.
- La competitividad al interior de la cadena dependerá de la eficiencia en el manejo de los costos y la capacidad de negociación entre los actores.
- Con base a los datos estadísticos disponibles, de aquellos capítulos más relevantes para el comercio exterior de los países de la región, así como el ámbito extrarregional o intrarregional al cual están orientados, de este examen se obtiene lo siguiente.

Cuadro 25. Identificando oportunidades - Según capítulo arancelario

No.	Capítulos	Destinos comerciales
1	04 Lácteos	Centroamérica y Estados Unidos de América
2	07 Hortalizas	Estados Unidos de América y Centroamérica
3	08 Frutas	Estados Unidos de América y Europa
4	19 Preparaciones a base de cereales	Centroamérica
5	20 Preparaciones de hortalizas, frutas	Centroamérica, Estados Unidos de América y Europa
6	21 Preparaciones alimenticias diversas	Centroamérica

Fuente: SIECA con datos del Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC) y consultas realizadas.

- Estos capítulos contienen los rubros principales que a lo largo de los últimos 10 años han reflejado una significativa contribución con las exportaciones, tal como puede verificarse en el apartado de diagnóstico de este mismo documento.
- De estos capítulos, dos de ellos representan rubros conectados con la producción primaria, tal es el caso de las hortalizas (07) y las frutas (08), los cuales tal como se exportan los productos aún se encuentran en calidad de frescos o refrigerados, sin ser sometidos a procesos de transformación industrial.

- Los restantes cuatro capítulos, están íntimamente vinculados con procesos de transformación industrial, siendo estos los lácteos (04), preparaciones a base de cereales (19), preparaciones de hortalizas y frutas (20) y las preparaciones alimenticias (21).
- Al examinar los detalles desde las subpartidas que corresponden a cada capítulo, es posible precisar el tipo de rubro representado y los países que participan en su comercio, estos se detallan en la siguiente cuadro:

Cuadro 26. Identificando oportunidades - Rubros específicos por capítulo arancelario

N	Capítulo - Sub partida	País de origen
1	04 Lácteos	
	040620 Queso rallado o en polvo	República de El Salvador
	040630 Queso fundido	República de Nicaragua
	040690 Los demás quesos	República de Nicaragua
2	07 Hortalizas	
	070820 Alubias, frescas o refrigeradas.	República de Guatemala
	070960 Pimientos	República de Honduras, República Dominicana
	070999 Hortalizas frescas o refrigeradas	Costa Rica, República de Honduras
	071333 Alubia común, seca desvainada	República de Nicaragua
	071410 Raíces de mandioca	República de Costa Rica
3	08 Frutas	
	080430 Piñas, frescas o secas.	República de Costa Rica, República de Panamá
	080719 Los demás melones, sandías	República de Guatemala, República de Honduras
	080720 Papayas frescas.	República de Guatemala, República de Honduras
4	19 Preparaciones a base de cereales	
	190410 Productos a base de cereales	República de Guatemala, República de Honduras
	190531 Galletas dulces	República de Guatemala, República Dominicana
	190590 Los demás productos de panadería	República de El Salvador, República de Guatemala, República de Honduras
5	20 Preparaciones de hortalizas, frutas	
	200510 Legumbres u hortalizas	República de Honduras
	200559 Las demás alubias desvainadas	República de Guatemala
	200899 Las demás frutas preparadas	Costa Rica, República de El Salvador, República de Honduras

N	Capítulo - Sub partida	País de origen
	200989 Jugo de cualquier otra fruta u hortaliza	República de Costa Rica, República de El Salvador
6	21 Preparaciones alimenticias diversas	
	210390 Las demás preparaciones para salsas	República de Costa Rica, República de El Salvador, República de Guatemala, República Dominicana
	210410 Preparaciones para sopas, potajes	República de Guatemala
	210690 Las demás preparaciones alimenticias	República de Costa Rica, República de El Salvador, República Dominicana

En la columna de la izquierda, se detallan los rubros incluidos en cada uno de los capítulos seleccionados, siendo aquellos que poseen el mayor peso como contribución a las exportaciones de los países que se detallan a la derecha. Respecto de los rubros mencionados en el cuadro y derivado del análisis de los datos estadísticos, solamente que en esta ocasión a nivel de 10 dígitos del cifrado arancelario, con el objeto de identificar con el máximo detalle los rubros incluidos en las subpartidas se obtiene lo siguiente:

Cuadro 27. Identificando oportunidades para los productos agrícolas de la región SICA

		Productos	País de origen
Lácteos		Queso rallado o en polvo	República de El Salvador
		Queso fundido	República de Nicaragua
		Los demás quesos.	República de Nicaragua
Hortalizas		Alubias, frescas o refrigeradas	República de Guatemala
		Pimientos	República de Honduras, República Dominicana
		Hortalizas frescas o refrigeradas	Costa Rica, República de Honduras
		Alubia común, seca desvainada	República de Nicaragua, Belice
		Raíces de mandioca	República de Costa Rica
Frutas		Piñas, frescas o secas	Costa Rica, República de Panamá
		Los demás melones, sandías	República de Guatemala, República de Honduras
		Papayas frescas	República de Guatemala, República de Honduras, Belice
Preparaciones a base de cereales		Productos a base de cereales	República de Guatemala, República de Honduras
		Galletas dulces	República de Guatemala, República Dominicana
		Los demás productos de panadería	República de El Salvador, República de Guatemala, República de Honduras
Preparaciones de hortalizas, frutas		Legumbres u hortalizas homogéneas	República de Honduras
		Las demás alubias desvainadas	República de Guatemala
		Las demás frutas preparadas	República de Costa Rica, República de El Salvador, República de Honduras
		Jugo de cualquier otra fruta u hortaliza	República de Costa Rica, República de El Salvador, Belice
Preparaciones alimenticias diversas		Las demás preparaciones para salsas	República de Costa Rica, República de El Salvador, República de Guatemala, República Dominicana
		Preparaciones para sopas, potajes	República de Guatemala, Belice
		Las demás preparaciones alimenticias	República de Costa Rica, República de El Salvador, República Dominicana

Mercados de destino			
			
Lácteos Hortalizas	Frutas	Preparaciones de hortalizas y frutas	Preparaciones a base de cereales Preparaciones alimenticias
Centroamérica y Estados Unidos de América	Estados Unidos de América y Europa	Estados Unidos de América, Europa y Centroamérica	Centroamérica

Capítulo 04 - Lácteos

Representa en primer lugar a los quesos fundidos, los cuales aún se encuentran en un estado relativamente fresco, por lo que su manejo logístico es exigente y altamente sujeto a control sanitario, por tal razón se orienta principalmente al mercado intrarregional. En segundo lugar, agrupa los quesos rallados que incluyen los del tipo Cheddar y Mozzarella, ambos orientados también al mercado intrarregional. Finalmente, se encuentran como parte de este capítulo “Los demás quesos”, dentro de los cuales caben los quesos madurados, así como también el tipo Cheddar, pero solamente en bloque, los cuales se orientan tanto al mercado intrarregional como al extrarregional; cabe acotar que en este último caso el destino principalmente son los Estados Unidos de América, lo cual puede ser explicado por los quesos madurados destinados al mercado nostálgico⁴.

Capítulo 07 - Hortalizas

El capítulo comprende rubros de alta demanda interna de los países, así como para la exportación. Se incluye en primer lugar el caso de las alubias, reconocidas comúnmente por frijoles en sus variedades frescas y secas, así como también por su diversidad de colores; en segundo lugar, se encuentran hortalizas tales como chayote, okra y maíz dulce; en tercer lugar, las raíces de mandioca o yuca y, finalmente, los pimientos, los cuales incluyen el chile dulce, tabasco y otros. Todos estos rubros tienen como destino los Estados Unidos de América, sin embargo, hay casos como el de los frijoles que también poseen una alta demanda intrarregional, dado que forman parte de la dieta regular de la población, por lo que es un rubro en el que República de Nicaragua se constituye en un proveedor fundamental. En el caso particular de Belice, que también participa en las exportaciones de alubias, su principal socio resulta ser Jamaica.

Si bien estas hortalizas se exportan frescas o refrigeradas, algunas de ellas se vinculan también con la industria procesadora de alimentos, dado que constituyen insumos para la formulación de nuevos productos, entre estos casos se cuentan: frijoles (alubias), chayote, maíz dulce, yuca y pimientos. Esta facilidad para la vinculación con la industria hace que estos rubros posean una doble ventaja.

Capítulo 08 - Frutas

El capítulo de las frutas, en su trayectoria exportadora, destaca principalmente las piñas, papayas, melones y sandías, todas pertenecientes a la categoría de las frutas de ciclo corto. En este rubro se destacan cuatro países: la República de Costa Rica, República de Guatemala, República de Honduras y República de Panamá, y las

⁴ Mercado nostálgico, también denominado étnico, en este caso en particular es aquel compuesto principalmente por los salvadoreños, guatemaltecos, hondureños y nicaragüenses residentes en los Estados Unidos de América, así como también aquella población de origen mexicano que comparte gustos y preferencias por los quesos madurados asociados a sus hábitos de origen.

exportaciones se destinan a los Estados Unidos de América y Europa. En su modesta dimensión, también Belice está participando con el rubro de las papayas, que resulta ser un volumen importante dentro del capítulo de las frutas.

En el caso particular de las piñas, es un rubro que posee la ventaja de ser vinculado a la industria procesadora de alimentos orientada a la extracción de jugos de frutas, los cuales se mencionan como parte de la selección realizada más adelante.

Capítulo 19 - Preparaciones a base de cereales

Este capítulo incluye, en primer lugar, los productos a base de cereales, los cuales se obtienen por inflado o insuflado (hojuelas o copos) a base de maíz o arroz; En segundo lugar, las galletas dulces y, finalmente, los productos de panadería, pastelería y galletería en general. Los países que participan como exportadores son principalmente la República de El Salvador, República de Guatemala, República de Honduras y República Dominicana.

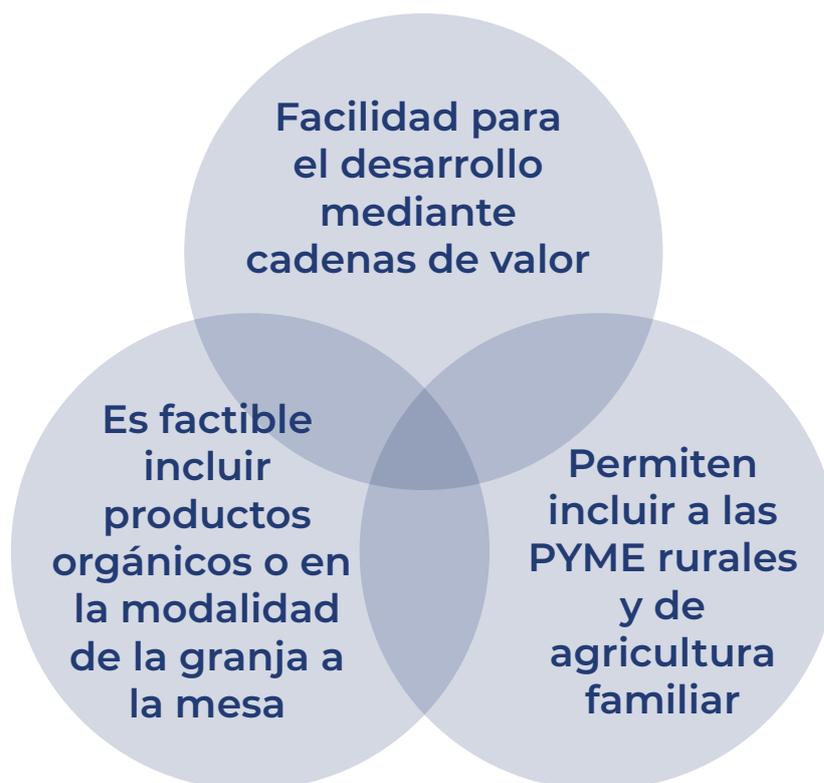
Capítulo 20 - Preparaciones de hortalizas y frutas

Comprende las legumbres u hortalizas procesadas, así como también dentro de este grupo los frijoles (alubias) que también han sido sometidos a un proceso industrial. Por otra parte, comprende las frutas procesadas, destacándose dentro de estas las preparaciones a base de plátano frito y sus mezclas, finalmente, los jugos a base de frutas en donde se mencionan: el tamarindo, pera, maracuyá, guanábana y otros. Para este grupo de productos, el destino comercial es diverso, es decir que se orientan tanto a los Estados Unidos de América como a Centroamérica y Europa.

Capítulo 21 - Preparaciones alimenticias diversas

Dentro de este capítulo se incluyen las preparaciones para salsas, preparaciones para sopas y las demás preparaciones alimenticias, estas últimas generalmente en formato de bases en polvo para la industria de alimentos. Los países exportadores son: la República de Costa Rica, República de El Salvador, República de Guatemala y República Dominicana, siendo el destino comercial primordialmente intrarregional. En el caso particular de Belice, que participa como exportador de estos mismos rubros, su destino principal son los Estados Unidos de América.

Como parte del derecho a una alimentación saludable, se insta a que dichas preparaciones contribuyan a la seguridad alimentaria y nutricional y que estén acordes y ajustadas a un contenido de grasas saturadas, grasas trans, azúcares libres y sal/sodio en concordancia con las directrices sobre el Derecho a la Nutrición de la FAO.



Barreras arancelarias y no arancelarias a los seis capítulos seleccionados

a) Barreras arancelarias

Los rubros destinados al comercio intrarregional se encuentran amparados en el Tratado General de Integración Económica Centroamericana, y dentro de este, en el Régimen Arancelario y Aduanero Centroamericano, así como ceñidos a sus protocolos, por lo que este Régimen define el tratamiento que se dará a la importación mediante el Arancel Centroamericano de Importación, también reconocido como el Sistema Arancelario Centroamericano (SAC), donde se detalla que el arancel aplicado es de 0% para todos los países incluidos en el acuerdo.

Para los rubros que están orientados al mercado de los Estados Unidos de América y a la Unión Europea, en el cuadro 20 se detalla el tratamiento tarifario que aplica de conformidad con los acuerdos comerciales suscritos.

Cuadro 28. Tratamiento tarifario en los Estados Unidos de América y la Unión Europea para los seis capítulos seleccionados

Capítulo - Subpartida	Destino: Estados Unidos de América/Unión Europea
04 Lácteos	El tarifario de acuerdo con el HTS para el cifrado: 0406.90.20.00, 0406.90.25.00 y 0406.90.28.00, se señala que es libre de arancel en el marco del DR-CAFTA
07 Hortalizas	El tarifario de acuerdo con el HTS para todas las subpartidas señaladas a la izquierda para el capítulo 07, se encuentra libre de arancel en el marco del DR-CAFTA
08 Frutas	El tarifario, de acuerdo con el HTS para todas las subpartidas señaladas a la izquierda para el capítulo 08, se encuentra libre de arancel en el marco del DR-CAFTA. En el marco del Acuerdo de Asociación UE - Centroamérica, y con base en la consulta TARIC, el cifrado 0807190050 y 08071990 aplica una tarifa preferencial de 0%.
20 Preparaciones de hortalizas, frutas	El tarifario, de acuerdo con el HTS para todas las subpartidas señaladas a la izquierda para el capítulo 20, se encuentra libre de arancel en el marco del DR-CAFTA. En el marco del Acuerdo de Asociación UE - Centroamérica y con base en la consulta TARIC, a la subpartida 200899 y sus respectivos cifrados específicos se les aplica una tarifa preferencial de 0%.

b) Barreras no arancelarias

Las MSF resultan ser las más preocupantes para los exportadores, por tanto, es preciso comprender que todos los esfuerzos de comercio exterior tienen como marco de referencia normas y procedimientos como el CODEX Alimentarius 31, además de la reglamentación técnica reconocida y requerida por cada uno de los países socios del comercio exterior.

Para el caso de la región centroamericana, por convención se ha adoptado el Reglamento Técnico Centroamericano (RTCA), el cual contiene a su vez la reglamentación específica que aplica a ciertos rubros, bien sean estos frescos o procesados.

El cuadro 21 muestra la reglamentación por tipo de producto contenido en los seis capítulos seleccionados, que debe ser atendida actualmente.

Cuadro 29. Reglamentación actual para los productos de los seis capítulos seleccionados

N.º	Capítulos	Reglamentación aplicable
1	04 Lácteos	RTCA 67.01.33:06 - Industria de alimentos y bebidas procesados RTCA 67.01.07:10 - Etiquetado general de los alimentos previamente envasados RTCA 67.04.50:17 - Alimentos. Criterios microbiológicos para la inocuidad de alimentos RTCA 67.04.65:12 - Uso de términos lecheros RTCA 67.04.71.14 - Productos lácteos. Cremas (nata) y cremas (natas) preparadas. Especificaciones RTCA 67.04.72.17 - Productos lácteos. Quesos no madurados, incluido el queso fresco. Especificaciones RTCA 67.04.75.17 - Productos lácteos. Quesos madurados. Especificaciones
2	07 Hortalizas	RTCA 67.04.50:17 - Alimentos. Criterios microbiológicos para la inocuidad de alimentos
3	08 Frutas	
4	19 Preparaciones a base de cereales	RTCA 67.01.33:06 - Industria de alimentos y bebidas procesados RTCA 67.01.07:10 - Etiquetado general de los alimentos previamente envasados
5	20 Preparaciones de hortalizas, frutas	RTCA 67.01.30:06 - Alimentos procesados. Procedimiento para otorgar la licencia sanitaria a fábricas y bodegas
6	21 Preparaciones alimenticias diversas	RTCA 67.01.31:07 - Alimentos procesados. Procedimiento para otorgar el registro y la inscripción sanitarios. RTCA 67.01.60:10 - Etiquetado nutricional de productos alimenticios preenvasados para consumo humano para la población a partir de 3 años RTCA 67.04.48:08 - Alimentos y bebidas procesados. Néctares de frutas. Especificaciones. RTCA 67.04.50:17 - Alimentos. Criterios microbiológicos para la inocuidad de alimentos RTCA 67.04.54:18 - Alimentos y bebidas procesadas. Aditivos alimentarios

Adicionalmente, para los rubros que tienen destino hacia los Estados Unidos de América, las entidades que intervienen en el cumplimiento de las MSF son:

- a. Para las frutas y hortalizas frescas o refrigeradas
 En este caso, interviene el Servicio de Inspección Zoosanitaria y Fitosanitaria (APHIS, por sus siglas en inglés) del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de América (USDA, por sus siglas en inglés), en cuya lista de admisibilidad deben estar previamente registradas las frutas y hortalizas que serán exportadas.

b. Para los productos procesados

Los lácteos y demás alimentos procesados (capítulos 04, 19, 20 y 21) están sujetos al cumplimiento de las normas indicadas por la Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos de América (FDA, por sus siglas en inglés), las cuales establecen los requerimientos tales como: empaque, etiquetado, valores nutricionales, declaración de ingredientes, sobre los aditivos, buenas prácticas, trazabilidad y otros de cumplimiento obligatorio.

En el caso de Europa, la aplicación de las MSF corresponde a la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA, por sus siglas en inglés), la cual, de forma similar a la FDA de los Estados Unidos de América, establece los requerimientos que deben ser atendidos para acceder al mercado de los países que componen la Unión Europea.

Consumo de productos agropecuarios orgánicos o la estrategia de la granja a la mesa

Esta sección presenta un análisis de las tendencias en cuanto al consumo y distribución de productos orgánicos y/o de la estrategia “de la granja a la mesa”, para ello, conviene revisar brevemente el marco conceptual utilizado como referencia:

1. Referirse a los “Alimentos producidos orgánicamente”, conforme la directriz del Codex Alimentarius GL 32-1999 denominada “Directrices para la producción, elaboración, etiquetado y comercialización de alimentos producidos orgánicamente”, que detalla:
 - a. (Numeral 4) Estas directrices establecen principios de producción orgánica en granja y para las fases de preparación, almacenamiento, transporte, etiquetado y comercialización, y aportan una indicación de los insumos permitidos para la fertilización y acondicionamiento del suelo, para combatir las plagas de las plantas y las enfermedades, y como aditivos alimentarios y coadyuvantes de elaboración. A efectos del etiquetado, el uso de ciertas expresiones que llevan a deducir que se han usado métodos de producción orgánica se ha limitado a los productos de productores supervisados por un organismo o autoridad de inspección.
 - b. (Numeral 5 – parcial) La agricultura orgánica forma parte de una vasta gama de metodologías que apoyan la protección del medio ambiente. Los sistemas de producción orgánica se basan en normas de producción específicas y precisas cuya finalidad es lograr agroecosistemas óptimos, que sean sostenibles desde el punto de vista social, ecológico y económico.

- c. (Numeral 6 – parcial) “Orgánico” es un término de etiquetado que indica que los productos se han producido con arreglo a las normas de la producción orgánica, y que están certificados por un organismo o autoridad de certificación debidamente constituido.
2. Al referirse a la estrategia “De la granja a la mesa: un enfoque mundial para la calidad e inocuidad de los alimentos”, uniendo cabos de la cadena alimentaria - Artículo FAO 2003⁵
 - a. (Párrafo 3) La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) aboga por un nuevo enfoque global, el “enfoque de la cadena alimentaria”, para garantizar que nuestra comida esté libre de peligros de origen alimentario, que van desde los plaguicidas a las sustancias químicas de origen industrial, pasando por bacterias no deseadas y agentes contaminantes.
 - b. (Párrafo 5) La clave es reforzar todos y cada uno de los eslabones del complejo proceso de la producción de alimentos hasta que llegan al consumidor, que incluye desde el modo de plantar o criar, hasta la cosecha, la recogida, la elaboración, el empaquetado, la venta y el propio consumo.
3. Complementariamente, se cita que en “Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones - Estrategia «de la granja a la mesa» para un sistema alimentario justo, saludable y respetuoso con el medio ambiente - COM (2020) 381 final”, señala:
 - a. (Párrafo 2 pág. 2 - parcial) La Estrategia «de la granja a la mesa» es un elemento esencial del Pacto Verde. En ella se tratan ampliamente los desafíos de los sistemas alimentarios sostenibles y se reconocen los vínculos inextricables entre personas sanas, sociedades y un planeta sanos. La estrategia también es un componente fundamental de la agenda de la Comisión para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Todos los ciudadanos y operadores de las cadenas de valor, tanto dentro como fuera de la UE, deberían beneficiarse de una transición justa, especialmente tras la pandemia de COVID-19 y el debilitamiento de la economía. El cambio a un sistema alimentario sostenible puede aportar beneficios ambientales,

⁵ Ver: <http://www.fao.org/spanish/newsroom/news/2003/15903-es.html>

sanitarios y sociales, ofrecer ventajas económicas y garantizar que la recuperación de la crisis nos sitúe en una senda sostenible.⁶

- b. (Párrafo 4 pág. 2 - parcial) La Estrategia «de la granja a la mesa» es un nuevo enfoque amplio de la manera en que los europeos valoran la sostenibilidad de los alimentos. Es una oportunidad para mejorar los modos de vida, la salud y el medio ambiente. La creación de un entorno alimentario favorable que facilite la elección de dietas saludables y sostenibles beneficiará la salud y la calidad de vida de los consumidores, además de reducir los costes relacionados con la salud para la sociedad.

Aportes de los actores clave

Con base a estas referencias, se procedió a realizar consultas a los actores participantes del estudio siendo los resultados los siguientes:

¿Cuáles son las nuevas tendencias comerciales en cuanto al consumo de alimentos producidos orgánicamente?

Cuadro 30. Opinión de los actores respecto de las nuevas tendencias en cuanto al consumo de alimentos producidos orgánicamente

- Hortalizas que en su mayoría se consume el follaje fresco y sus frutos se consumen como legumbres tiernas.
- Orgánicos, saludables, productos con valor agregado, consumo de productos poco procesados, productos desarrollados mediante procesos de respeto al medio ambiente, productos con responsabilidad social (no uso de mano de obra de niños, inclusión de mujeres, entre otros), huella de carbono, productos cada vez más cercanos al consumo inmediato, con empaques ecológicos/biodegradables.
- Por condiciones saludables, como por ejemplo los vegetarianos, enfermedades como el cáncer y por la desconfianza del uso del agroquímico.
- Son una gran oportunidad para el mercado extrarregional.
- Las tendencias comerciales son altas según la población activa de jóvenes de consumir productos saludables, orgánicos producidos por etnias y que son nostálgicos en algunas regiones del exterior donde la población extranjera está teniendo incremento poblacional.
- Alta en mercado europeo y Estados Unidos de América.
- Los mercados regionales están basados en la rentabilidad de las grandes empresas, compradoras, importadoras y de distribución a nivel regional.
- Un elemento central de cuidado es la iniciativa de Pacto Verde de la Unión Europea (Green Deal), ya que traerá retos interesantes de corto plazo para el sector productor – exportador nacional, que tendrá que hacer ajustes productivos, y los gobiernos, darles los productos adecuados para la producción (caso el problema de registro de nuevas moléculas de Costa Rica).

Fuente: Elaboración a partir de los datos obtenidos en las consultas realizadas

⁶ A nivel mundial, se calcula que unos sistemas alimentarios y de agricultura acordes a los ODS ofrecerían alimentos nutritivos y asequibles para una población mundial en crecimiento, ayudarían a restaurar ecosistemas vitales y podrían crear un nuevo valor económico superior a 1,8 billones de euros de aquí a 2030. Fuente: Comisión de Comercio y Desarrollo Sustentable (2017), Mejores negocios, un mundo mejor.

También se consultó: ¿Qué productos agropecuarios orgánicos poseen potencial para su promoción y comercialización desde su país (o de la región), los aportes al respecto señalan:

Cuadro 31. Productos agropecuarios orgánicos poseen potencial para su promoción y comercialización

- Productos nostálgicos de consumo deshidratados, frutas y hortalizas frescas.
- Miel, cacao y café. Estos productos cuentan con estudios a nivel internacional que destacan ciertas características en cada uno de ellos.
- La modalidad de la granja a la mesa, únicamente se cumple a nivel nacional.
- Orgánicos se podría mencionar, productos como café, miel y mini vegetales.
- Frutas y hortalizas.
- La misma canasta de productos que hoy se exportan, pero con la diferenciación de orgánicos.
- Con especial atención a aquellos que tengan o se les pueda dar característica de funcionales y/o nutraceuticos, cuya demanda es creciente principalmente en los mercados que ya hoy atendemos con productos convencionales.
- No olvidar el mercado interno, que tiene de igual forma nichos que se pueden explorar y explotar.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en las consultas realizadas

En resumen, una lista de rubros mencionados con viabilidad para ser producidos orgánicamente son los siguientes:

- Frutas
- Hortalizas
- Café
- Cacao
- Lácteos
- Alimentos procesados orgánicamente

Adicionalmente, en algunos casos se ha mencionado a la miel, como un rubro susceptible para ser producida orgánicamente, aunque su proceso de control o certificación tiende a ser más complejo.

Todos los rubros señalados, resultan ser consistentes con aquellos que son relevantes para el comercio exterior de forma convencional, por tanto, para muchos productos pertenecientes a estos rubros, se cuentan con las condiciones clima y suelo para su desarrollo.

En el caso de los alimentos producidos orgánicamente, dentro de los aportes se indica que deben ser orientados al comercio extrarregional, específicamente en los Estados Unidos de América, Canadá y Europa, considerando que es estos mercados son altamente apreciados y, además, los datos estadísticos muestran que existe un comercio habitual de alimentos convencionales, por lo que consecuentemente existe experiencia y la logística desarrollada para añadir esta modalidad.

Por lo antes indicado, el desarrollo de iniciativas de producción orgánica es susceptibles al establecimiento de cadenas de valor locales o intrarregionales para realizar luego su comercialización en el comercio extrarregional.

En lo que respecta al grupo de productos dentro de la línea de la granja a la mesa, por el momento solo se identifican a las frutas y hortalizas como los que poseen mayor potencial, enfocándolos primordialmente al mercado intrarregional.

Al consultar sobre los desafíos para el fomento de los “Alimentos producidos orgánicamente” y a los asociados a la estrategia “De la granja a la mesa” hacia el comercio exterior, dentro de los cuales aplican los mencionados para los todos los rubros identificados en el apartado de las oportunidades, pero adicionalmente estos deben atender la gestión de las certificaciones que respalden los procesos de producción, las cuales tienden a ser costosas y con una vigencia específica, por lo que cada cierto tiempo deben ser renovadas.

Otros desafíos identificados son:

- Disposición de una política pública dirigida directamente a este sector
- Fomento de la producción mediante organizaciones de productores o cooperativas

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en las consultas realizadas.

De acuerdo con PROCOMER (2011), la demanda mundial de productos orgánicos se ha incrementado en los últimos años, como respuesta tanto a la preocupación de los consumidores respecto a la salud como al cuidado del medioambiente. En dicho estudio se identifica que los países con más demanda son los Estados Unidos de América, seguido por República Federal de Alemania y la República Francesa.

Más recientemente, Organics International (Willer et al., 2020) identifica que en Centroamérica y República Dominicana existían, para 2018, alrededor de 263.000 hectáreas dedicadas a la producción orgánica, asimismo se estima que la cantidad de productores orgánicos en la región asciende a 37 mil. En este estudio se indica que la proporción de tierra dedicada a la producción orgánica se ubica entre el 0,1% y 0,9%, con excepción de República Dominicana que registra un 7,2%.

Asimismo, diversos estudios en torno a los cambios en patrones alimenticios por productos orgánicos coinciden en que entre los principales desafíos de la promoción de estos productos desde Centroamérica están el proceso de certificación relacionado con el país de destino seleccionado, así como la falta de canales de distribución reconocidos para este tipo de productos.

Productos con viabilidad para ser producidos orgánicamente desde la región	Mercado de destino	
Frutas Hortalizas Café Cacao Lácteos Alimentos procesados orgánicamente	Estados Unidos de América Canadá Europa	
Estrategia de la granja a la mesa	Intrarregional	

Comercio agropecuario post COVID-19

La situación sanitaria derivada del COVID-19 y sus inherentes implicaciones económicas demandan la búsqueda de soluciones digitales integrales tanto en el ámbito nacional y regional como multilateral” (FAO y SIECA, 2020). En medio de las medidas de contención de la pandemia, resulta de suma importancia mantener la fluidez en el comercio intrarregional de alimentos para asegurar el abastecimiento de los mercados y la estabilidad de precios. De acuerdo con las cifras del SEC de la SIECA, las exportaciones de productos agropecuarios crecieron 15,3% en el IT-2020 respecto al IT-2019.

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), los efectos económicos del COVID-19 se pueden manifestar por la vía de la caída de la demanda debido a la ralentización de la economía en los países destino de las exportaciones regionales; la interrupción de las cadenas nacionales y regionales globales de valor que afectan el abastecimiento interno y los mercados intrarregionales; la caída del precio de las materias primas y de los servicios de logística, y una mayor aversión de los inversionistas al riesgo y el empeoramiento de las condiciones financieras globales.

En esta coyuntura, Centroamérica es una región mixta con países importadores netos de bienes (USD 73 996,3 millones anuales) y al mismo tiempo con agroexportadores que cubren una parte importante de la demanda intrarregional. Como muestra de la importancia del mercado intrarregional, vale la pena destacar que el mercado común centroamericano ocupa el segundo lugar como destino de todas las

exportaciones centroamericanas y de éstas, aproximadamente, el 34,4% corresponde a exportaciones de alimentos. En este sentido, el comercio intrarregional de alimentos juega un rol muy importante en la seguridad alimentaria regional pero también en la dinamización de las economías nacionales y locales. En momentos de incertidumbre como el actual resulta imperativo el levantamiento de restricciones arancelarias y no arancelarias que impidan el correcto funcionamiento de las cadenas nacionales y regionales de suministro.

Las circunstancias actuales demandan la cooperación entre los países de la región centroamericana con el propósito de complementar las medidas en marcha lideradas a nivel nacional por los Estados parte. La estabilidad del mercado alimentario regional ha brindado señales positivas sobre la respuesta brindada por la región hasta la actualidad y los mecanismos de integración regional y multilateral pueden colaborar en la sostenibilidad de este objetivo para el mediano y largo plazo.

Para la CEPAL y la FAO (CEPAL y FAO, 2020), el impacto de la pandemia en el comercio agrícola en Centroamérica por el lado de la oferta derivó principalmente en el aumento de los precios de los alimentos; mientras que el impacto en la demanda se asocia con restricciones de movilidad para comprar dichos productos. Sin embargo, se destaca que el sector agropecuario ha sido más resiliente a la crisis que otros sectores. A este respecto, pese a la incertidumbre en el impacto de la pandemia en el sector agrícola, los interlocutores consultados para los fines de este estudio indican que algunos de los efectos identificados son los siguientes:

- Alza de precios de alimentos, insumos de primera necesidad, insumos agropecuarios y otros conexos.
- La limitación para la movilidad y entrada a las comunidades afectó el desarrollo de las cadenas agroalimentarias en términos del acceso a suministros, por el desabastecimiento de algunos centros de consumo.
- La pérdida de empleo e ingresos ha reducido la demanda de alimentos.
- Reducción de la demanda debido al cierre del turismo tanto en el país que exporta como en los países de destino de los productos.
- En el ámbito externo, una contracción inmediata de la exportación de productos menos necesarios (p. ej., flores y follajes).

Consideraciones finales

1. El análisis por país evidencia que los rubros considerados como tradicionales se orientan principalmente al comercio extrarregional, los cuales, en la mayor parte de los casos, son bienes primarios o de limitado valor agregado. Por otra parte, los productos no tradicionales, o bien derivados de procesos industriales con mayor valor agregado, son, en buena parte, orientados al mercado intrarregional.

2. En cuanto a los productos tradicionales, aunque hay rubros comunes como, por ejemplo, café, azúcar, plátanos, camarones y aceite de palma, estos cuentan con la suficiente experiencia acumulada durante décadas y, en consecuencia, se constituyen en un componente de las exportaciones que se debe seguir impulsando e innovando para mantener su relevancia.
3. Con relación al destino más conveniente para orientar el esfuerzo productivo agropecuario destinado al comercio exterior, tanto intrarregional como extrarregional, y siendo los criterios: insumos primarios, semiprocesados y procesados y listos, salvo algunas excepciones, se señala que el mercado intrarregional ofrece las mayores posibilidades para las tres categorías señaladas, asimismo, se indica que el mercado extrarregional debería orientarse principalmente a los semiprocesados o a los procesados y listos para su consumo.
4. Los rubros seleccionados, tanto para el mercado intrarregional como lo que se destina a los Estados Unidos de América y la Unión Europea, se encuentran libres de arancel; sin embargo, las barreras no arancelarias son, en su conjunto, las que representan el mayor desafío para ser superadas por los productores de bienes primarios o procesados del ámbito agropecuario, que se muestran interesados en aprovechar las oportunidades del mercado internacional.
5. El desarrollo de iniciativas de producción orgánica puede ser acelerado mediante el establecimiento de cadenas de valor locales o intrarregionales, para realizar luego su comercialización en el comercio extrarregional.
6. En lo que respecta al grupo de productos dentro de la línea de la granja a la mesa, las frutas y hortalizas se identifican como los productos que poseen mayor potencial, enfocándolos primordialmente al mercado intrarregional.
7. Finalmente, en el contexto de la crisis sanitaria derivada de la pandemia COVID-19, el sector agropecuario de la región ha demostrado una alta resiliencia y mayor desempeño comercial, comparado con otros sectores de la economía. En este sentido, el aprovechamiento de las oportunidades comerciales identificadas permitiría, por un lado, la creación de cadenas locales y regionales de valor y, por el otro, generar el espacio para la inclusión de Mipymes, grandemente afectadas durante la contingencia.

Bibliografía

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). 2018. La Unión aduanera centroamericana: probables impactos económicos y sociales. Santiago. (Disponible en: [https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/ la_union_aduanera_centroamericana_probables_impactos_economicos_y_sociales_1.pdf](https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/la_union_aduanera_centroamericana_probables_impactos_economicos_y_sociales_1.pdf))
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); Centro Regional de Promoción de la MIPYME (CENPROMYPE); Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA). 2018. *Articulación productiva y cadenas regionales de valor. Una propuesta metodológica para la región SICA*. Estados Unidos Mexicanos D. F. (Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44070/1/S1800878_es.pdf)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO). 2020. *Cómo evitar que la crisis del COVID-19 se transforme en una crisis alimentaria: Acciones urgentes contra el hambre en América Latina y el Caribe*. Informe COVID-19 CEPAL-FAO. Santiago. (Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45702/4/S2000393_es.pdf)
- FAO. 2019. Nuevos patrones alimentarios, más desafíos para los sistemas alimentarios. Roma.
- FAO. 2003. De la granja a la mesa: un enfoque mundial para la calidad e inocuidad de los alimentos. Roma. (Disponible en: <http://www.fao.org/spanish/newsroom/news/2003/15903-es.html>)
- FAO. 2012. *Marco Estratégico Regional para la Gestión de Riesgos Climáticos en el Sector Agrícola del Corredor Seco Centroamericano*. Tegucigalpa, República de Honduras. (Disponible en: https://coin.fao.org/coin-static/cms/media/14/13590441298720/marco_estrategico_corredor_seco-.pdf)
- FAO. 2012. *Estudio de caracterización del Corredor Seco Centroamericano*. Tomo I. Tegucigalpa, República de Honduras. (Disponible en: https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/tomo_i_corredor_seco.pdf)
- FAO y SIECA. 2020. El comercio intrarregional alimentario centroamericano y el COVID-19. Ciudad de República de Panamá. (Disponible en: <https://doi.org/10.4060/ca9085es>)
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). 2001. Caracterización de la agricultura orgánica en Centroamérica. San José. (Disponible en: <http://repiica.iica.int/docs/B1875e/B1875e.pdf>)

Ocampo, F. 2017. *Acciones estratégicas para profundizar la integración económica de Centroamérica*. Estados Unidos Mexicanos D. F. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Promotora de Productos Orgánicos de Costa Rica (Procomer). 2011. El mercado de productos orgánicos: Oportunidades de diversificación y diferenciación para la oferta exportable costarricense. San José. (Disponible en: <http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Tendencias%20y%20oportunidades%20en%20mercado%20organico.pdf>)

Willer, H.; Schlatter, B.; Trávníček, J.; Kemper, L.; Lernoud, J. (Eds.). 2020. *The World of Organic Agriculture. Statistics and emerging trends 2020*. Frick, Suiza. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), and IFOAM – Organics International, Bonn. (Disponible en: <https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/5011-organic-world-2020.pdf>)

FAO. 2020. Codex Alimentarius. (disponible en <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/codex-texts/guidelines/es/>). Acceso: 15 Junio 2020

FAO. 2020. Codex Alimentarius. (disponible en http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/shproxy/es/%3Flnk%3D1%26url%3Dhttps%25253A%25252F%25252Fworkspace.fao.org%25252Fsites%25252Fcodex%25252FMeetings%25252FCX-718-48%25252FReport%25252FREPI6_PRs.pdf). Acceso: 15 Junio 2020

Sitios web consultados

CODEX Alimentarius. 2020. International Food Standards. (disponible en: <http://www.fao.org/fao-whocodexalimentarius/en/>). Acceso: 1 Junio 2020.

European Commission. 2020. TARIC, the integrated Tariff of the European Union. (disponible en: https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/calculation-customsduties/what-is-common-customs-tariff/taric_en). Acceso: 15 Mayo 2020.

SIECA. 2020. Sistema de Estadísticas de Comercio (SEC). (disponible en: <http://www.sec.sieca.int/>). Acceso: 8 Junio 2020.

US International Trade Commission. 2020. Harmonized Tariff Schedule (2020 Revision 21). (disponible en: <https://hts.usitc.gov/>). Acceso: 20 Mayo 2020.



ISBN 978-92-5-134752-2



9 789251 347522

CB5846ES/1/07.21