

CARACTERÍSTICA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE EXPORTA E IMPORTA CENTROAMÉRICA EN EL CONTEXTO DE LA GLOBALIZACIÓN Y EL COMERCIO INTERNACIONAL**Characteristics of the products and services that Central America exports and imports in the context of Globalization and International Trade****Gabriel Pascual Del Rosario**

Ministerio de Economía y Finanzas, Panamá.

gpascual@mef.gob.pa; <https://orcid.org/0009-0005-8600-6984>.

Fecha de recepción: 8/04/2024

Fecha de aceptación: 9/05/2024

DOI: <https://doi.org/10.48204/J.cc.n2.a5284>

Resumen

El presente artículo contiene una revisión y análisis cualitativo conceptual de diversas publicaciones científicas institucionales de CEPAL, Redalyc, SEICA, BID, entre otros autores, que aportan explicaciones epistemológicas en relación con la forma de entender la dinámica del comercio en un mundo globalizado, cuyas actividades económicas hacen que las organizaciones se conviertan en actores esenciales de la vida social.

La dinámica actual de la economía y del comercio global, hacen imprescindible analizar las características de los productos y servicios que exporta e importa el Istmo Centroamericano e impacto de las mega tendencias en la cultura empresarial, haciendo que la sociedad, la política y la economía entren en una dinámica de comprender el presente y más aún, poder predecir el futuro. En ese sentido, el análisis realizado sobre las características de los productos y servicios que exporta e importa el Istmo Centroamericano y su participación en el comercio desde un enfoque de Globalización y Comercio Internacional, permiten visualizar el presente-futuro, dada la política de apertura comercial y la inserción internacional de las empresas en el comercio de bienes

y servicios, permitiendo expandir su producción más allá de sus fronteras, generando aumento en el comercio e inversiones, y en el bienestar de los consumidores.

Este escenario que facilita redefinir el rumbo del comercio para Centroamérica, que históricamente ha basado su modelo económico en las exportaciones, y así poder adaptarse a un contexto cada vez más complejo y dinámico, cuyo proceso de cambio debe enmarcarse hacia el logro de un bienestar social y desarrollo económico sostenible en un mundo globalizado.

Palabras claves: Comercio internacional, ventajas comparativas y competitivas, globalización, bienestar social, crecimiento económico.

Summary

This article contains a review and qualitative conceptual analysis of various institutional scientific publications from ECLAC, Redalyc, SEICA, IDB, among other authors, which provide epistemological explanations in relation to the way of understanding the dynamics of trade in a globalized world, whose activities Economic conditions make organizations become essential actors in social life.

The current dynamics of the economy and global trade make it essential to analyze the characteristics of the products and services that the Central American Isthmus exports and imports and the impact of mega trends on business culture, making society, politics and the economy enter in a dynamic of understanding the present and even more, being able to predict the future. In that sense, the research carried out on the characteristics of the products and services that the Central American Isthmus exports and imports and its participation in trade from a Globalization and International Trade approach, allows us to visualize the present-future, given the trade opening policy. and the international insertion

of companies in the trade of goods and services, allowing them to expand their production beyond their borders, generating an increase in trade and investments, and in the well-being of consumers. Scenario that makes it easier to redefine the direction of trade for Central America, which has historically based its economic model on exports, and thus be able to adapt to an increasingly complex and dynamic context, whose process of change must be framed towards the achievement of social well-being and sustainable economic development in a globalized world.

Keywords: International trade, comparative and competitive advantages, globalization, social well-being, economic growth.

I. Introducción

En un contexto de entornos cambiantes producto de la globalización, el comercio y los negocios internacionales, entiéndase esta última como todas las transacciones comerciales entre dos o más países (Daniel et al, 2010), juegan un rol relevante dado los patrones de cambios que generan nuevos modelos de producción y consumo. El objetivo de esta investigación se centra en el análisis conceptual sobre características de los productos y servicios que exporta e importa Centroamérica (países-empresas) cuyo comercio de bienes y servicios, así como los acuerdos de libre comercio entre los países (Dunn,2015), son esenciales en un contexto regional y global.

Para el logro de este objetivo, se plantea de manera sucinta, a) analizar los procesos y características de los productos y servicios en virtud de la apertura comercial en Centroamérica desde un enfoque de política de desarrollo, b) examinar las variables cualitativas de las actividades económicas en un contexto organizacional y de cobertura, y c) analizar los instrumentos jurídicos y de gobernanza de la integración dado los cambios generados por la globalización y su impacto en las organizaciones productoras

de bienes y servicios. En ese orden de ideas, se establece una aproximación empírica - analítica sobre la calidad de los productos exportados e importados de Centroamérica y como las organizaciones se comportan en un mundo complejo, dinámico y en constante cambio. Desde una perspectiva global y de comercio, en el marco de una sociedad democrática, las empresas son claves para la competitividad (Porter, 1985) en todo proceso de expansión económica. Cabe destacar que Centroamérica es la sexta economía más grande de América Latina y el Caribe (BM,2022), con un crecimiento poblacional proyectado de 51.7 millones (CEPAL,2022).

Por otro lado, ha de cumplirse no solo con el objetivo general, sino también con objetivos específicos, como: a.) aplicar los fundamentos teóricos de instrumento complementarios sobre productos y servicios -tratados sobre inversión y comercio de servicios-, desde la competitividad y la globalización de los mercados, b) comprender el imperativo del desarrollo socioeconómico dado la movilidad entre países de Centroamérica, c) construir capacidades de bienestar para la mejora de los patrones de vida de su población.

Finalmente se pretende responder desde un enfoque de la teoría del comercio ¿Cuál es el determinante diferencial de los productos y servicios exportados e importados en materia de competitividad de Centroamérica? ¿Cómo transformar y potenciar el comercio centroamericano a escala de cadenas globales en un entorno de negocio caracterizado por la competitividad, dado que los diseños de productos y servicios existentes se vuelven inestables y arcaicos?

II. Contexto

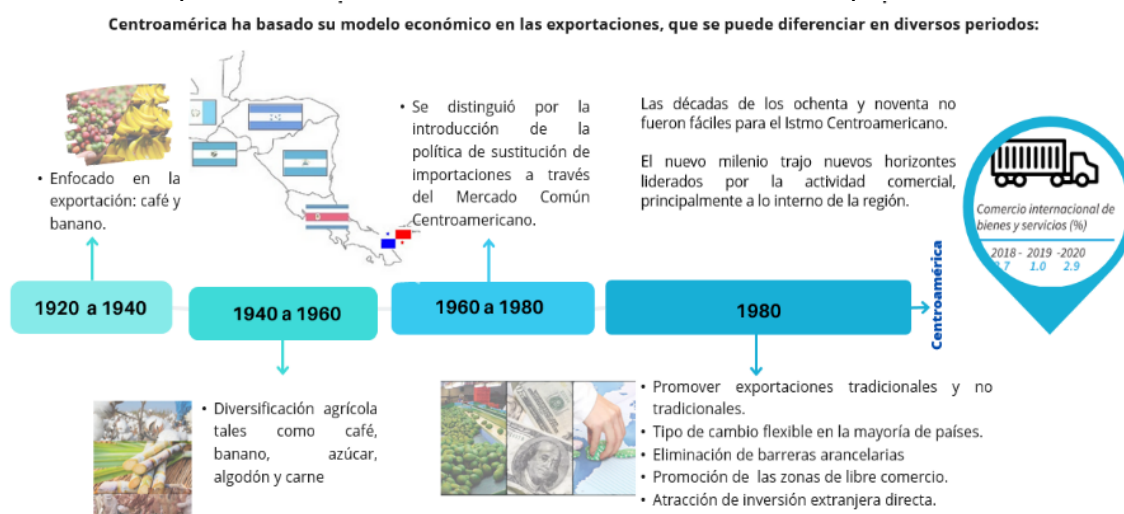
Desde el Siglo XX se ha hecho evidente la creciente gravitación de los procesos económicos de carácter mundial sobre aquellos de carácter nacional o regional (CEPAL

2002), acentuando el alcance e impacto que estos cambios han tenido en las naciones y organizaciones, dado la apertura comercial y la inserción internacional de las empresas en el comercio de bienes y servicios (Sanguinetti et al. 2021), la conectividad, avances tecnológicos e innovaciones, que ejercen influencia en todo proceso de cambio.

Centroamérica ha basado su modelo económico (figura 1) en las exportaciones, que se puede visualizar en diversos periodos: a) 1920 a 1940: enfocado en la exportación de café y banano, b) 1940-1960: diversificación agrícola tales como café, banano, azúcar, algodón y carne; c) 1960 a 1980: introducción de la política de sustitución de importaciones a través del Mercado Común Centroamericano y de 1980, se ha enfocado en promover exportaciones tradicionales y no tradicionales, introduciendo para ello tipo de cambio flexible en la mayoría de países, eliminando barreras arancelarias, promocionando las zonas de libre comercio, atracción de inversión extranjera directa, entre otras (Bulmer-Thomas, 1987)

Figura 1.

Modelo de exportaciones de Centroamérica. Evolución en el tiempo.



Fuente: elaboración propia con datos de SICA-BICE

En la figura 2, basada en la información de la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA,2022), se evidencia los avances en el proceso de integración

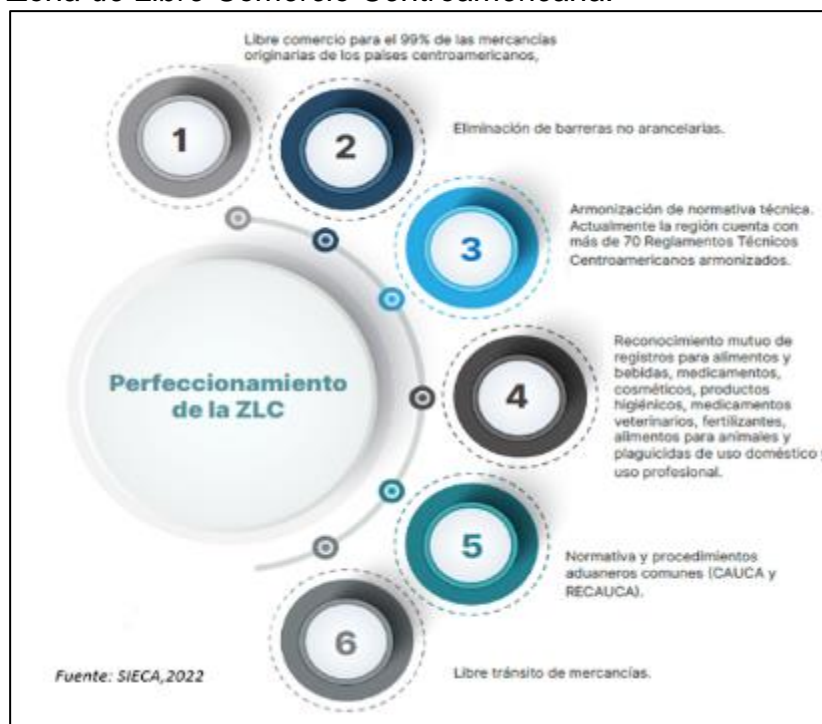
bajo el esquema de Zona Libre de Comercio, cuya intención es facilitar el comercio y por ende el desarrollo económico de la región en el contexto de la globalización y el comercio. Los TLC, han sido implementados desde los años 90, constituyéndose en un método políticamente aceptables para que los países proporcionen una ventaja -comparativa (país) y competitiva (empresa)- a las empresas con sede en sus territorios. Panamá es miembro del SICA desde que suscribió el Protocolo de Tegucigalpa (ODECA,1991) y se adhirió al Subsistema de Integración Económica en el 2012.

Es decir (figura 2), producto de la globalización y del comercio, hace necesario aplicar estrategias y técnicas sobre productos y servicios exportados e importados desde Centroamérica, en la que las organizaciones (ventaja competitiva), entendidas como un sistema complejo y de carácter socio técnico (Chiavenato, 2007) se reinventen, desarrollen sus capacidades que les garanticen competitividad, sostenibilidad y adaptabilidad para lograr las transformaciones de los procesos estructurales, a fin influir en la estabilidad del propio sistema.

En ese contexto, la tensión comercial entre las principales potencias económicas mundiales ha tenido su efecto en la región centroamericana, cuya desaceleración se ha visto influenciada de manera indirecta por la incertidumbre y fenómenos geopolíticos en torno a las políticas económicas (SIECA, 2019). Es decir, las tensiones comerciales a nivel mundial han determinado en el intercambio de bienes y servicios en Centroamérica -países y empresas-, debilitando su crecimiento del Producto Interno Bruto (SIECA, 2019). Un mundo en clara evolución, cambios y adaptabilidad, donde la competitividad (Porter, 1985), es la base fundamental del éxito empresarial, las organizaciones necesitan un cambio viable (Etkin, 2005), más aún, que el desempeño exportador centroamericano ha disminuido y los términos de intercambio se han visto afectados por

el incremento del petróleo y la caída de los precios de las exportaciones agrícolas, a pesar que a nivel comercial algunos sectores de calidad media o alta posicionaron competitivamente a Centroamérica, aunque con un impacto menor sobre el desempeño total (BID, 2018).

Figura 2.
Zona de Libre Comercio Centroamericana.



III. Características de los productos y servicios que exporta e importa Centroamérica en el contexto de la Globalización y Comercio Internacional

En la década de los cincuenta, Centroamérica decidió iniciar un proceso de integración económica con el propósito de aprovechar las economías de escala (Krugman, 1979) y las ventajas -comparativa y competitivas- de un mercado ampliado, en la cual se firman de tratados bilaterales entre pares de países, acordando la libre circulación de los productos de cada uno de ellos, sin el cobro de los derechos

arancelarios correspondientes, entendiendo que las diferencias comerciales entre países están determinadas por su competitividad en la producción de bienes.

El desarrollo de las economías del Centroamérica -conformada por economías pequeñas y abiertas- estuvo vinculado hasta la década de los años ochenta con la expansión de la producción y exportación de un número reducido de productos agrícolas: el azúcar, el banano y el café desempeñaron un papel de primera importancia (Cepal,1999).

Las teorías comerciales tratan de explicar y profundizar como la competitividad se produce, producto de la integración centroamericana, a través de a) perfeccionar el funcionamiento de la zona de libre comercio -teorías del libre comercio: Daniels y Radebaugh (2010), y b.) utilizar el Mercado Común Centroamericano (Teoría del Nuevo Comercio y la Teoría de Geografía Económica: Krugman, 1979) para lograr una reinserción en el comercio internacional, entendiendo que las diferencias comerciales entre países están determinadas por su competitividad en la producción de bienes - determinante de competitividad-, teniendo en perspectiva la contracción sufrida en las tasas de crecimiento durante el primer trimestre de 2020 producto del Covid 19 (CEPAL, 2020), que ha causado impacto en las actividades económicas.

Apertura comercial - aspectos generales. Centroamérica ha mantenido su política de apertura comercial a través de múltiples acuerdos comerciales: a) Tratado de Libre Comercio para todos los productos originarios de sus respectivos territorios, excepto para los productos objeto de regímenes especiales, b) Régimen Común, que se aplica de manera recíproca entre 5 países, excepto Panamá, c) Regímenes Bilaterales, que se aplican entre determinados países, con d) la Organización Mundial del Comercio (OMC),

e) implementación de acuerdos firmados bilateralmente y f) múltiples reformas internas derivadas de los tratados firmados.

En su política de apertura económica, los países centroamericanos han seguido reduciendo sus aranceles (menos de 5%) tanto en el marco de la OMC como dentro de sus acuerdos comerciales vigentes, y a pesar de los esfuerzos realizados para abrir más mercados para sus productos, en su mayoría, las exportaciones se concentran en Estados Unidos y en el mercado regional (BICE,2020).

Los productos, desde una perspectiva de producción de bienes que está determinado por la productividad de los insumos utilizados en el proceso -determinante de competitividad-, con mayor protección arancelaria y donde se encuentran los mayores picos nacionales son los animales vivos y los productos de origen animal, los productos de la industria alimentaria, la piel y sus manufacturas, el calzado, entre otros. Entre estos productos se encuentran las importaciones de carne de ave, carne de cerdo, huevos, papas, cebollas, café, embutidos, lácteos (mantequilla, quesos y otros productos), arroz, azúcar, ron, alcohol etílico y cigarrillos (CEPAL,2016).

En ese contexto, aún persisten adversidades que superar para lograr diversificar el destino de las exportaciones centroamericanas, desde un espectro de barreras técnicas no arancelarias o por temas de estrategias de negocios (Porter, 1985), y/o escala de las empresas regionales(competitividad). Por otro lado, las exportaciones e importaciones de Centroamérica registraron una desaceleración en línea con el menor crecimiento del comercio internacional y el menor crecimiento económico (BCIE,2020), limitando la entrada a otros mercados.

Por otro lado, es de interés entender la diferenciación de productos, como la estrategia por la cual una empresa da características especiales a sus productos, cuando:

a) se modifica la calidad de los productos(vertical), b) se modifican aspectos diferentes de la calidad, como color, modelo, o forma (horizontal); lo que implica producir bienes - atributos diferenciales- del mismo tipo, teniendo en cuenta la heterogeneidad de los gustos -calidad- de los consumidores.

IV. Características de las Exportaciones de productos y servicios centroamericano.

Es de entender que las aperturas y relaciones comerciales pueden resultar beneficiosas, pero a su vez pueden establecer relaciones a través de las cuales el istmo centroamericano puede ser influenciado, de forma favorable como desfavorable, por el crecimiento de sus socios comerciales y por los movimientos en los precios de sus principales bienes de exportación. Resaltando que las diferencias comerciales entre países están determinadas por su competitividad en la producción de bienes (Teorías del Libre Comercio).

4.1. Las exportaciones de bienes de Centroamérica -ventaja natural y adquirida.

La línea de pensamiento de Adam Smith (1776), en la cual expresa que la riqueza de un país se basa en los bienes y servicios disponibles. Las exportaciones se caracterizan por:

- Mayor diversificación, cuya exportación de productos ha sido horizontal que significa que los nuevos productos contienen niveles similares de tecnología, generando valor agregado similar.
- Concentraciones sesgadas hacia productos de calidad media-baja, según el Banco Interamericano de Desarrollo (2018b), donde el 59% de las exportaciones poseen esta caracterización,
- Las exportaciones más importantes se caracterizan por ser de bienes primarios.
- La estructura productiva ha venido cambiando, identificando categorías de productos de mayor valor agregado y sofisticación con más peso dentro de las exportaciones totales de la Región: instrumentos médicos, aparatos ortopédicos y cacao.

- Las exportaciones centroamericanas están concentradas en productos con relativo bajo valor agregado, como textiles, café, azúcar, autopartes y camarones. (Banco Mundial, 2013)
- Centroamérica exporta el doble de servicios de los que importa y es están concentrados en los sectores de transporte y viajes.

4.2. Destino: exportación bienes.

Desde un enfoque de la ventaja comparativa de David Ricardo (1817), cuya eficiencia global de ganancia del comercio, en la que un país A se especializa en aquellos productos que puede producir con mayor eficiencia que un País B y viceversa, en otros productos. De acuerdo con datos de la CEPAL (2019), los Estados Unidos se mantiene como el principal destino de las exportaciones centroamericanas; luego siguen las exportaciones hacia el propio mercado centroamericano que han sido más dinámicas que las destinadas a los Estados Unidos, y los países de la Unión Europea que se ubican como el tercer destino más importante para las exportaciones de la subregión. También destacan, las economías de la China, México, entre otras que aportan en menor medida.

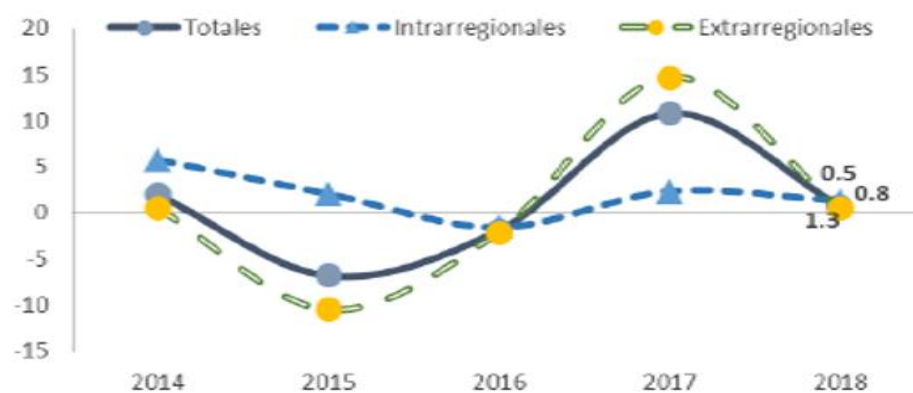
Por otro lado, de acuerdo con la CEPAL (2018) los países de Centroamérica, en conjunto, experimentaron en 2018 un deterioro de sus términos de intercambio del 2.0%, afectados por los precios de la energía y los alimentos, al ser importadores netos de estos bienes. Centroamérica cuenta con, a) 21 aeropuertos internacionales y con carga aérea de 413,761 toneladas métricas, b) un canal interoceánico, c) 34 puertos marítimos y con movimiento portuario de más de 13.2 millones de TEU, entre otras características que contribuyen al desarrollo del comercio (SIECA, Trademap, DITIL y Banco Mundial).

La mayor contribución a nivel de la estructura de las exportaciones de bienes se atribuye al 75% de desempeño de Costa Rica, Guatemala y El Salvador, mientras que el 25% es atribuible a Honduras, Nicaragua y Panamá. La figura 3 (Exportaciones totales

de Centroamérica), nos permite visualizar la evolución del crecimiento que ha tenido la región -variación fluctuante- en relación con las exportaciones del 2014 al 2018, siendo limitado para el año 2018, en la cual las exportaciones a terceros mercados (extra regionales) reflejó un 0.5%, igual que el 2014.

Figura 3.

Exportaciones totales de Centroamérica, según mercado. Variación interanual, tercer trimestre: 2014-2017



Fuente: Centro de Estudios para la Integración Económica (SIECA).

Cabe destacar que Centroamérica es el exportador más grande a nivel mundial (SIECA, 2022) de: a) cardamomo, b) piña fresca, segundo a nivel mundial: c) banano; tercero a nivel mundial: d) café. Entra al tope de 30 a nivel mundial (SIECA, 2022) en instrumentos médicos y en textiles y ropa.

4.3. Principales productos de exportación de Centroamérica.

Desde la base de la Ventaja Comparativa David Ricardo (1877), de la existencia de productos diferenciados como ventaja competitiva de Michael Porter (1980) y de la teoría de las proporciones de los factores (Heckscher y Ohlin, 1977) basada en los factores de producción de los países centroamericano: tierra, mano de obra y capital.

- Productos naturales o de bajo valor agregado: el café sin tostar y sin descafeinar, los plátanos frescos o secos, el azúcar en bruto, las camisetas de punto de algodón

para mujeres o niñas y los juegos de cables para bujías de encendido.

- Productos primarios y manufacturas basadas en recursos naturales: el café, azúcar, plátanos, piñas, minerales, harina de pescado y otros preparados alimenticios.
- Las manufacturas de baja y media tecnología (como los bienes de confección y los juegos de cables) y una proporción menor las manufacturas de alta tecnología (como la sonda t-kher y otros instrumentos y aparatos de medicina).
- Productos de calidad media-baja predominan manufacturas de origen industrial: prendas y accesorios de vestir, cableado y los conductores eléctricos.
- Los productos de calidad media: las frutas, componentes eléctricos y electrónicos, instrumentos médicos y medicamentos (BID, 2018b).

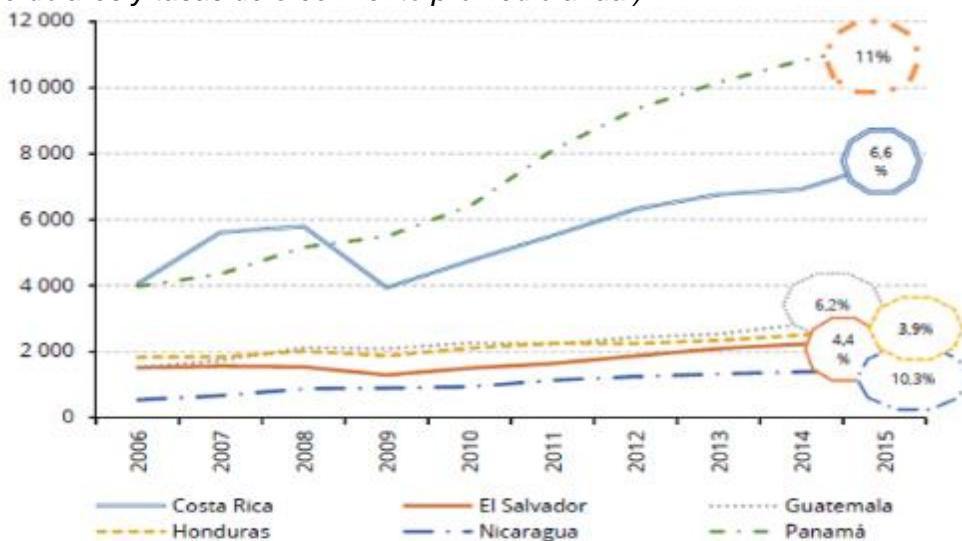
El mayor exportador de bienes primarios es Panamá, seguido por Honduras y Guatemala. Estos países son los mayores exportadores de manufacturas basadas en recursos naturales. En manufacturas de baja y media tecnología destaca El Salvador, seguido por Nicaragua y Costa Rica. Este último país es el mayor exportador de manufacturas de alta tecnología, seguido por El Salvador y Panamá.

4.4. Destino: Exportación Servicios.

Desde una mirada de existencia de mercados segmentados, según la ventaja competitiva de Michael Porter (1985), y desde la base de la teoría de desarrollo aplicada a países de economía subdesarrollada, nos orienta a visualizar los resultados alcanzados en este rubro desde el 2006 a 2015, según se aprecia en la figura 4, la exportación del comercio de servicios tiene un rol de importancia dentro de la oferta exportable centroamericana, teniendo a Panamá como el país con mayor exportación de servicios y el de mayor crecimiento en la región.

Figura 4.

Centroamérica: evolución de las exportaciones de servicios por país: 2006-2015. (En millones de dólares y tasas de crecimiento promedio anual)



Fuente: CEPAL, sobre la base de TradeMap y UNCTAD.

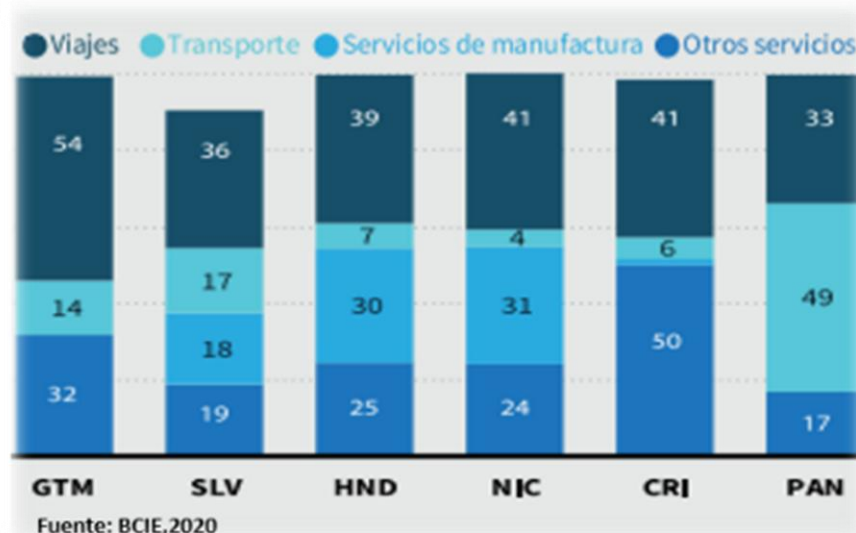
La figura 5, refleja que Nicaragua, fue el menor exportador de servicios centroamericanos, pero el segundo con el mayor dinamismo en estas exportaciones, y Costa Rica se mantuvo como el segundo exportador de servicios en la región, pero con un dinamismo menor si se compara con años anteriores. Aunado le siguen, Guatemala, Honduras y El Salvador. Por otro lado, para el año 2021, el comercio centroamericano alcanzo un 31% (Nicaragua con un 14% y Panamá con un 45%), lo cual nos permite expresar que los países centroamericanos tienen perfiles diferentes en la exportación de sus servicios, aunado el efecto Covid 19 ha puesto de manifiesto las asimetrías existentes en la capacidad de respuesta de los países de Centroamérica ante la crisis generada.

Por otro lado, para el periodo 2020 el escenario varió según país, que se evidencia en el rubro de viajes, la cual resultó ser más importantes que los flujos de las remesas o la inversión extranjera directa. El rubro de viajes fue el más importante para algunos países, en otros lo fue transporte. En consecuencia, las exportaciones mantuvieron su especialización en servicios de transporte y viajes, y se encuentran concentradas en

Panamá y Costa Rica (70%), mientras que las economías que menos exportan en cuantía son Honduras (5%) y Nicaragua (4%) (SIECA,2022).

Figura 5.

Participación de las exportaciones de servicios por país: 2020. (En porcentaje)



V. Características de la Importaciones de productos y servicios centroamericano en el contexto de la Globalización y el Comercio.

Desde el movimiento internacional del capital, cuyo país receptor (Centroamérica), este tiene gustos y preferencias de nivel de ingresos altos (ciclo de vida del producto).

5.1. Destino del producto

Los Estados Unidos es el principal proveedor de Centroamérica del total de las importaciones centroamericana. Asia fue el segundo mayor proveedor de las importaciones Centroamericanas y la región con la que presentó el mayor déficit comercial. El tercer mayor proveedor regional de Centroamérica es América Latina y el Caribe. Las importaciones desde el propio mercado centroamericano fueron las más dinámicas y las cuartas en importancia en comparación con las importaciones totales. Importaciones centroamericanas desde otras regiones como África, Oceanía y los países europeos no miembros de la Unión Europea.

5.2. Principales productos de importación centroamericano

Los principales productos de importación centroamericanos: son carburantes y manufacturas de alta tecnología. Los aceites crudos de petróleo, otros aceites de petróleo y preparaciones, medicamentos preparados, vehículos de transporte de personas y teléfonos. El mercado con la menor concentración en sus importaciones es Costa Rica seguido por El Salvador, Nicaragua, Guatemala, Panamá y Honduras. El 60% de los bienes adquiridos son principalmente manufacturas de baja, mediana y alta tecnología: medicamentos, vehículos, teléfonos y dispositivos semiconductores, mientras que el 40% lo constituyen las manufacturas basadas en recursos naturales y los productos primarios.

5.3. Destino del comercio de servicios

Los países centroamericanos son superavitarios en el comercio de servicios. Panamá es el mayor importador de servicios, seguido por Guatemala, Costa Rica Honduras, El Salvador y Nicaragua. Los principales servicios de importación: viajes, transporte, otros servicios empresariales, servicios de seguros y pensiones, servicios financieros y los cargos por el uso de propiedad intelectual, entre los más representativos, sin considerar el turismo.

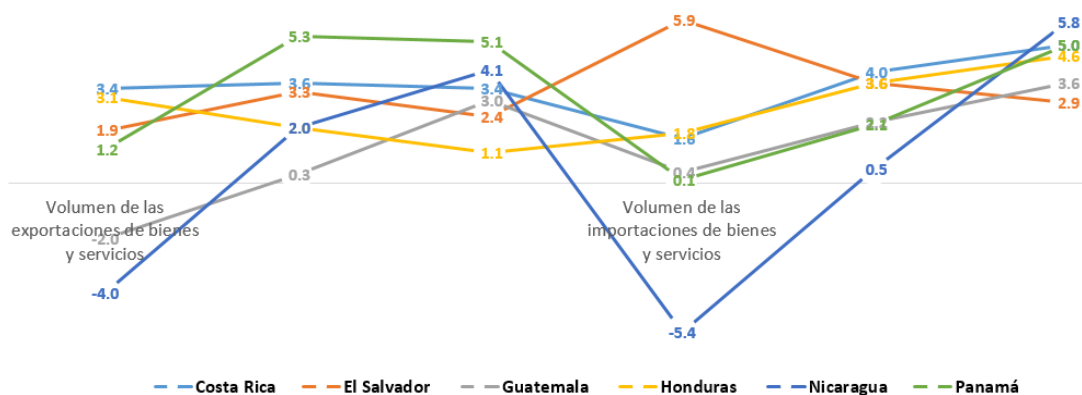
VI. Centroamérica integral: Volumen de exportaciones e importaciones de bienes y servicios.

El volumen promedio de crecimiento de la región en términos de las exportaciones e importaciones de bienes y servicios, durante el 2019 fue de aproximado 2.8% cuyos resultados alcanzados están por encima de los del año 2018, pero muy por debajo de las tasas que se tenían en 2016. El volumen de exportaciones e importaciones (véase en la figura 6), refleja la participación destacada de países a nivel regional, en materia de

crecimiento, como Costa Rica, Panamá y El Salvador. Por otro lado, se evidencia baja tasa de crecimiento en Honduras y Nicaragua, en tanto Guatemala hace que el promedio regional se ubique en tasas bajas desde hace cinco años. En este rubro, el volumen de las importaciones de bienes y servicios, Costa Rica, El Salvador y Honduras encabezan la mayor tasa de crecimiento (2019), por debajo le siguen Panamá y Guatemala (SIECA, 2019). Este escenario determina que los países centroamericanos compiten entre sí en la comercialización de productos (Hecksche y Ohlin, 1977), y desde la teoría de la especialización en su proceso teniendo en el horizonte la ventajas absoluta y comparativa en productos o bienes, no así en la producción de servicios.

Figura 6.

Volumen de las exportaciones e importaciones de bienes y servicios en Centroamérica: 2018-2020. Variación Interanual (En porcentaje)



Fuente: elaboración propia con datos de SIECA-FMI

Nota. Variación interanual: cambio porcentual del índice respecto al mismo periodo del año anterior.

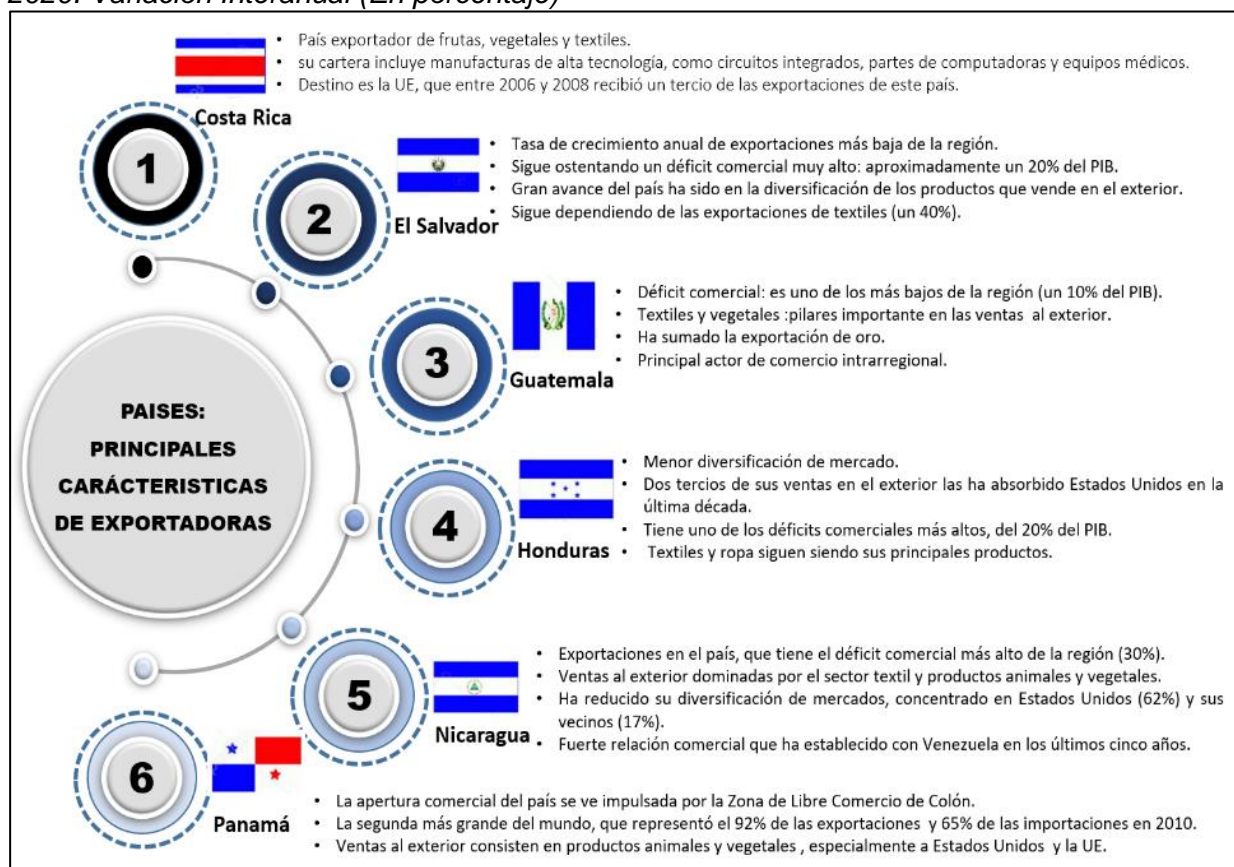
El perfil radiográfico de los países de Centroamérica presenta las características desde los ámbitos de ventaja comparativa como país y de la ventaja competitiva como Empresa - País. (SIECA,2021).

- A nivel país (SIECA;2021), se destaca la importancia en las exportaciones de Guatemala con 36 % del total exportado, El Salvador (24.8%), Costa Rica (21.4%), Honduras (10.8%), Nicaragua (6.2%) y Panamá (0.7%).
- En términos de intercambio (Cepal,2018) Centroamérica sufre un deterioro debido a los mayores precios de la energía.

- Índice de competitividad internacional (IMCO, 2023): sobresalen entre los primeros treinta y tres (33) países: Costa Rica (28), Panamá (31) y Guatemala (42).
- El total de las exportaciones de bienes aumentaron 27.6% en el año 2021 respecto al 2020. Por otro lado, las importaciones crecieron en un 42.7%.
- Las exportaciones intra regional alcanzaron un peso del 28,9 % del total exportado, que simboliza un crecimiento del 27,6% respecto al 2020; en tanto que las exportaciones a países fuera de las fronteras de Centroamérica, que significa un crecimiento del 27,9%.

Figura 7.

Volumen de las exportaciones e importaciones de bienes y servicios en Centroamérica: 2018-2020. Variación Interanual (En porcentaje)



VII. Conclusiones

Reflexionar sobre un tema de interés dentro de un proceso de investigación conlleva de una serie de epistemología racional, en la cual se ha destacado el análisis de las principales características de los productos y servicios exportados e importados del istmo

centroamericano desde la perspectiva del comercio y de los acontecimientos - oportunidades y desafíos- globales, elementos que transforman la vida social y los mercados, así como la capacidad de modificarlos para evitar desequilibrios nacionales y regionales.

El estilo de modelo de desarrollo centroamericano basado en la integración regional ante la globalización -entendida como péndulo-, es una de las categorías analíticas de mayor relevancia en el mundo y de limitaciones de estrategias nacionales de desarrollo, en la cual se constituye en un proceso de expansión producto de las grandes transformaciones en los negocios y del comercio a gran escala, de la expansión del capital transnacional y de la competencia que conlleva a las organizaciones a replantear estrategias -desafíos: interno/externo- en la nueva sintonía de la división internacional del trabajo y de los negocios internacionales.

Es importante destacar que, a pesar de las debilidades en logística y en el transporte terrestre que presenta Centroamérica, nos invita a repreguntar ¿Por qué la región es uno de los mercados más importante en la propia región?, en virtud que el Mercado Común Centroamericano constituye el segundo socio comercial, cuya fortaleza de esta integración regional se refleja al ocupar el cuarto lugar en participación de las exportaciones intrarregionales en comparación con otros bloques comerciales, tales como la comunidad Andina de Naciones o el propio Mercosur.

Finalmente, y ante los desafíos del comercio, Centroamérica no logra operar de forma eficaz, entonces ¿Qué estrategia desarrollar para lograr este fin y fortalecer nuestro mercado?, por lo que recomendamos profundizar y fortalecer el proceso de integración regional a través de mecanismo de participación así como de mejorar aspectos arancelarios, por ende, las instituciones regionales deben adaptarse a los

objetivos de los sistemas de integración y que los Estados miembros coordinen sus actitudes de negociación internacional a fin de poder hablar en un lenguaje común centroamericano.

VIII. Referencias Bibliográficas

CEPAL (2021) Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe. En busca de una recuperación resiliente y sostenible. ISBN: 978-92-1-005568-0 (versión pdf)

Daniels, J.D.; Radebaugh, L.E. 2010. *Negocios Internacionales. Ambientes y operaciones*. Prentice Hall, Decimo segunda Edición, Caps. 1, 5, 6.

Dunn, B. 2015. *Neither Free Trade nor Protection*, Edward Elgar Publishing Limited

IMCO (2023). Índice de competitividad internacional. <https://imco.org.mx/indices/indice-de-competitividad-internacional-2022/>

Krugman, P. y Obstfeld, M. (2006). “Economía *Internacional*”, Capítulo 6, Cuarta Edición, Mc Graw Hill. Krugman, P. y Obstfeld, M. (2006). “Economía *Internacional*”, Séptima Edición, Mc Graw Hill.

Lombana, J., & Gutiérrez, S. R. (2009). Marco analítico de la competitividad: Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. *Pensamiento & Gestión*, (26), 1–38. Retrieved from http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-2762009000100002&script=sci_arttext&tIng=en

SIECA (2019). Perspectivas económicas y comerciales “Desaceleración económica regional en un entorno mundial de tensión comercial”

SIECA: Estado Actual de la Integración Económica Centroamericana. Tercera edición.2022