

## ¿Puede el CAFTA sacar adelante a la maquila<sup>1</sup> centroamericana?

Carolina Quinteros\*  
cqinter@amnetsal.com

La prensa centroamericana reporta, a lo largo de este año, que los maquiladores están preocupados por el futuro de este sector. Dan por sentado que con el ingreso de China en la Organización Mundial del Comercio (OMC) hace un par de años, y con el fin del Acuerdo Multifibras (AMF), previsto para enero de 2005, la competencia en el mercado mundial de textiles y vestuario se volverá aún más agresiva, y en este escenario, Centroamérica no lleva la delantera. La carrera por costos más bajos de producción y mejores condiciones de productividad y eficiencia se acelerará después de 2005, y Centroamérica no está en condiciones de competir en ninguno de estos rubros con China u otros países asiáticos. Centroamérica es sumamente vulnerable a los cambios en este mercado, con el agravante de que la zona no dispone de industrias alternativas en expansión.

Ante estas dificultades, los maquiladores se han enfocado en obtener las mayores ventajas posibles del CAFTA. Éste permitiría alargar el acceso preferencial al mercado estadounidense (ya concedido unilateralmente por Estados Unidos en la Iniciativa de la Cuenca del

Caribe —ICC— y en el Sistema Generalizado de Preferencias —SGP—), y obtener ventajas adicionales, como incorporar telas regionales y extrarregionales a las prendas que ingresen libres de aranceles en Estados Unidos<sup>2</sup>. Esto les permitiría implementar la estrategia del paquete completo, concebida como la clave para mejoramiento de la oferta centroamericana<sup>3</sup>.

Parece difícil que Estados Unidos acepte. Los maquiladores centroamericanos son los compradores más fuertes de telas estadounidenses, y si Centroamérica pudiera exportar a Estados Unidos ropas elaboradas con telas extrarregionales, es probable que los maquileros centroamericanos se inclinen por comprar telas asiáticas, más variadas y a menor precio<sup>4</sup>. Pero aunque se aceptase esta propuesta y Centroamérica pudiera implementar el paquete completo a gran escala, ¿es esto suficiente para que la maquila centroamericana salga bien librada en el escenario post-AMF? Difícilmente. Los acuerdos preferenciales no parecen ser suficientes para suplir las ventajas de un mercado regulado por cuotas.

---

<sup>1</sup> Si bien dentro de la categoría de maquila se encuentran empresas de diversas industrias, para efectos del presente artículo nos referiremos solamente a la maquila de textiles, ropa y vestuario.

\* Socióloga. Investigadora Asociada del Grupo de Monitoreo Independiente de El Salvador GMIES.  
gmies@amnetsal.com

<sup>2</sup> La ICC y la SGP sólo reconocen la exención de impuestos a las prendas elaboradas con insumos estadounidenses.

<sup>3</sup> Gmies. Observatorio de la maquila y libre comercio. [www.gmies.org.sv](http://www.gmies.org.sv)

<sup>4</sup> Los maquiladores salvadoreños afirman que, de no aprobarse al menos una cuota para las telas asiáticas, el 40% de la producción de ropa que se fabrica en el país se quedará fuera de los beneficios del tratado (LPG, 16 de octubre de 2003).

La industria textil y de vestuario es prácticamente la única que actualmente opera bajo el sistema de cuotas, regulado por el AMF. Sin embargo, este sistema será desmontado totalmente en el año 2005 y será un momento en el cual Centroamérica deberá competir con países como China para mantener su participación en el mercado global. China es el país con la mayor capacidad instalada para la producción de textiles y vestuario. Es el principal productor de algodón, fibras sintéticas y seda, presenta buenos índices de productividad y calidad del producto y, además, unos costos de producción realmente bajos<sup>5</sup>. No es el país con los costos más bajos (son aún más bajos en Indonesia, India y Sri Lanka), pero es prácticamente el único país que reúne todas las condiciones para dominar una buena parte del mercado. Si no lo ha hecho hasta hoy, es porque la vigencia del sistema de cuotas le inhibe de exportar toda su producción.

El AMF prevé una reducción paulatina de las cuotas. En 2002 se eliminaron ciertas barreras y, poco tiempo después, la lencería china inundó el mercado estadounidense. Según los textileros estadounidenses, en un par de años, la lencería china podría controlar un 75% del su mercado. Para noviembre de 2003, el Gobierno de Estados Unidos anunció que el déficit comercial había alcanzado un nivel histórico causado, en buena parte, por el auge de las importaciones chinas. La industria textil de Estados Unidos ha dicho que el crecimiento de las importaciones chinas ha causado el cierre de plantas y la pérdida de más de 316,000 empleos<sup>6</sup>. Esto es sólo una muestra

de lo que podría ocurrir luego de 2005: Una vez libres de cuotas, los confeccionistas asiáticos podrían desplazar rápidamente a los centroamericanos en el mercado estadounidense

Centroamérica se benefició del sistema de cuotas cuando China y otros países asiáticos llenaron las suyas, y los productores se mudaron a la región para aprovechar la cuota que estos países aún no llenaban. Centroamérica sigue sin llenar la cuota asignada en el AMF, lo cual significa que no tienen producción constreñida lista para ser liberada una vez termine este acuerdo. China, en cambio, sobrepasó hace mucho la suya. Casi un 60% de su producción total no ha podido ingresar en el mercado mundial por las restricciones de cuotas, y es de esperarse que una vez dejen de existir limitaciones, China (y otros países de Asia) podrían prácticamente invadir los mercados mundiales de textiles y ropa, sin mucho esfuerzo.

***“El fin del AMF es un punto de inflexión en el comercio mundial de textiles y vestuario”***

El acceso preferencial al mercado estadounidense podría generar un aumento rápido de las exportaciones, pero a mediano plazo difícilmente compensará los beneficios que se perderían al dejar de funcionar el sistema de cuotas. Los impuestos a los textiles y el vestuario cargan al producto con porcentajes que, si bien son altos, no son prohibitivos y los beneficios de los bajos costos de producción en Asia son mucho mayores<sup>7</sup>. Por ejemplo, México, que ya tienen un acuerdo de acceso preferencial con Estados Unidos y que vio

---

<sup>5</sup> Dicken, Peter “Global Shift. Transforming the World Economy”. The Guilford Press, New York, 1998.

<sup>6</sup> [www.elsiglodetorreon.com.mx/start/nID/49371](http://www.elsiglodetorreon.com.mx/start/nID/49371)

---

<sup>7</sup> Nathan Associates. “Changes in Global Trade Rules”. [www.nathaninc.com](http://www.nathaninc.com)

incrementar notablemente su participación en el mercado de ropa en Estados Unidos, está a punto de perder su posición como segundo exportador a los Estados Unidos, gracias al auge de las exportaciones chinas a Estados Unidos. Algunos calculan en 200,000 los empleos que se han perdido en la maquila mexicana por la competencia china<sup>8</sup>. La pérdida de mercado frente a los bajos costos en Asia y, especialmente, China, incentivan a los productores a bajar aún más sus costos de producción. Lo cual, en una industria donde el mayor costo de producción se registra en la mano de obra, implica una tendencia hacia la sobreexplotación de las trabajadoras<sup>9</sup>.

Pero además de las posibilidades de pérdida de mercado para los maquileros centroamericanos, y de las tentaciones de bajar aún más los costos de producción (comenzando por recortar empleos y bajar estándares laborales), el ingreso masivo en el mercado antiguamente limitado por cuotas podría implicar también una sobreoferta y una baja en los precios mundiales, con lo cual Centroamérica perdería por partida doble: pierde mercado, y lo que logre conservar, deberá venderlo a un menor precio. ¿Cómo quedarán los empleos en este sector después de 2005?

Sin duda, el fin del acuerdo multifibras es un punto de inflexión en el comercio mundial de textiles y vestuario, y marcará una reconfiguración completa del mercado. Aun con CAFTA y paquete completo será difícil para Centroamérica recuperarse del impacto, y no es completamente ocioso preguntarse si el escenario fuese similar a la situación surgida con el fin del sistema de

cuotas de la Organización Internacional del Café (OIC): Una sobreproducción y sobrecolocación del producto en el mercado que, finalmente, tendió a bajar los precios; ruina de los pequeños productores y trabajadores que vivían de este cultivo y, posteriormente, empoderamiento de unas cuantas empresas transnacionales dedicadas a la comercialización<sup>10</sup>.

En el caso de la crisis del café, la región parece haberse resignado a que la recuperación será difícil y que, probablemente, la producción y exportación del grano ya no alcance los niveles del pasado. Algunas estrategias se están trabajando para sortear la mala racha: explorar los mercados de café *gourmet*, café orgánico, café justo, etc. Algunas con más éxito que otras, pero la opción en este terreno parece encaminarse a los nichos de mercado que se han abierto dentro del llamado “consumo políticamente correcto”. ¿Será posible una estrategia similar para la maquila de ropa?

***“Mantener ingresos preferenciales al mercado de Estados Unidos e implementar el paquete completo son buenas ideas, pero incompletas”***

El público consumidor en los países más desarrollados está alimentando el gusto por la ropa “libre de explotación”. Asia y, en particular, China, no se destacan por las buenas condiciones laborales ni por el respeto a los y las trabajadoras. Las marcas que ponen su producción en estas fábricas arriesgarán su buen nombre, que es en lo que se basa el *marketing* de muchas de ellas. Probablemente no es posible competir con

<sup>8</sup> [www.jornada.unam.mx/2003/ago03/030822/018a1pol.php?printver=1&fly=2](http://www.jornada.unam.mx/2003/ago03/030822/018a1pol.php?printver=1&fly=2)

<sup>9</sup> Robert, J.S. Ross y Anita Chan. “De Norte-Sur a Sur-Sur. La verdadera cara de la competencia global”. *Foreign Affairs*. Septiembre-octubre, 2002.

<sup>10</sup> Oxfam Internacional. “Pobreza en tu taza. La verdad sobre el negocio del café”. [www.comerciojusticia.com](http://www.comerciojusticia.com)

Asia en términos de bajos costos de producción, pero sí es posible invertir en mejorar las prácticas empresariales hacia un mayor respeto a derechos laborales y competir en el ámbito del consumo políticamente correcto, con “ropa limpia”.

Poco se ha avanzado en esto, sin embargo. La región ha hecho algunos intentos por vender una mejor imagen, pero en concreto, los graves problemas laborales que se han evidenciado en la maquila aún no se superan. Los cambios por venir en el mercado mundial de textiles y vestuario son demasiado importantes e influyentes en la vida de miles de centroamericanos, como para no dar una oportunidad a estrategias novedosas que permitan sortear la crisis. Mantener ingresos preferenciales al mercado de Estados Unidos e implementar masivamente el paquete completo son buenas ideas, pero incompletas. Al igual que el café, la ropa tiene, en el consumo políticamente correcto, un nicho de mercado aún sin explotar. Garantizar el respeto a los derechos laborales, mejorar las condiciones de trabajo e implementar buenas prácticas podrían ayudar a mantener espacios en el mercado, contribuirían grandemente al desarrollo de nuestros pueblos y a mejorar la calidad de vida de miles de personas.