

LA INDUSTRIA MAQUILADORA EN EL SALVADOR

Sandra Margarita Quintana¹
 José Cornelio Deras Robles²
 Julio Roberto Torres³

INTRODUCCIÓN

En los últimos diez años el crecimiento elevado de las exportaciones de determinados países es atribuido en parte a la expansión de la actividad maquiladora; la cual ha sido apoyada con políticas complementarias de los Estados Unidos y la Unión Europea, quienes establecieron amplios programas para otorgar franquicias arancelarias a los bienes que son exportados para ser ensamblados en países en desarrollo, con el objeto de facilitar su inserción al comercio mundial.

Apoyando a esta iniciativa y, buscando aprovechar esos incentivos China y México incrementan las zonas económicas especiales. Estas áreas que ya habían sido creadas, redefinieron su marco jurídico concediendo franquicias arancelarias e incentivos fiscales, bajo ciertas condiciones, a las importaciones que estuvieran destinadas al ensamblaje de bienes.

Debido al éxito logrado con este nuevo esquema de incentivos, se

genera en dichos países un exceso de demanda en los procesos, que no era posible atender con el techo industrial disponible. Producto de ello y la necesidad de atender la creciente demanda, se permitió la instalación de empresas fuera de las citadas zonas, dando origen así a los recintos fiscales. Esta nueva figura llevó a que otros países emularan dichas políticas con el objeto de beneficiarse del comercio mundial y ampliar su corredor industrial.

Esta ampliación del corredor industrial a nivel mundial a llevado a que en la actualidad existan un total de 850 zonas especiales en distintos países, las cuales no han tenido los resultados esperados en lo que respecta a la generación de empleos y expansión del comercio exterior⁴, producto del auge y proliferación de las zonas francas y recintos fiscales, llevando a un canibalismo entre países dado que cada uno ha buscado sacar ventaja de su posición geográfica, otorgamiento de incentivos fiscales, franquicias arancelarias y, otros incentivos que hagan más atractiva la inversión en cada país⁵.

Este panorama por tanto está limitado a dos aspectos: en primer lugar queda sometido al grado de apertura que Los Estados Unidos y la Unión Europea estén dispuestos a otorgar a estos países y, por otro lado, será la creatividad de cada país para atraer la inversión, siempre y cuando se ajusten a las normativas dictadas por la Organización Mundial de Comercio.

Por lo anterior, este trabajo se enmarca en cinco apartados que permiten evaluar el desempeño de la industria maquiladora de El Salvador, destacándose la dedicada al ensamble de prendas de vestir,

por ser la actividad en la cual compete el país en los mercados internacionales.

El primer capítulo ubica al lector en los antecedentes que dieron origen a la industria maquiladora textil en el mercado internacional, haciendo un breve recorrido de su posicionamiento en éstos mercados, para finalmente describir como evolucionó la industria en el país desde el origen hasta su posición actual.

Un segundo apartado muestra la estructura de incentivos que otorga el país comparado con la región centroamericana, México y República Dominicana. Región y países con los cuales compete El Salvador.

Luego el capítulo tercero finca su estructura en mostrar una caracterización de la industria maquiladora de El Salvador y, una evaluación de ésta en cuanto a la generación de empleo, valor agregado, corredor industrial, diversificación de la industria, origen de la inversión, materia prima y apoyo a la cuenta corriente.

Esta evaluación de la industria llevó a la construcción del apartado cuarto, en donde se explora el avance de la maquila en lo relacionado al empleo, nivel de escolaridad y salarios; por otra parte, se consideran aspectos como las estrategias de comercialización y el aporte de la industria en lo relacionado a la transferencia tecnológica.

Para lograr el objetivo anterior se realizó una encuesta a 20 empresas que representaron el 41% del empleo total generado por esta actividad y, entrevistas a líderes empresariales con amplia experiencia en la industria.

¹ Ex Analista del Departamento de Cuentas Macroeconómicas.

² Especialista del Departamento del Exterior

³ Analista del Departamento de Balanza de Pagos

⁴ Organización Internacional del Trabajo "Labour and Social Issues Relating to Export Processing Zones", Ginebra 1998

⁵ De acuerdo al informe anual de la Organización Mundial de Comercio los países más exitosos en el último decenio fueron: El Salvador, Filipinas y China; mientras que el resto mostró un desempeño bajo relativamente (Anexo No.1).

Finalmente, se presenta un apartado de conclusiones y perspectivas de cara a la nueva configuración del panorama internacional en materia comercial, específicamente en materia textil.

I. ANTECEDENTES

La actividad de maquila en Centroamérica y el Caribe data desde la década de los 70's y, estuvo marcada por tres hechos importantes a nivel externo. El primero de ellos que se identificó con una estrategia que promovía productos no tradicionales hacia terceros mercados; apoyándose fundamentalmente en políticas públicas que dieron origen a un nuevo marco legal e institucional, con la finalidad de promover los bienes manufacturados, para disminuir la alta dependencia de las economías de la región de los productos primarios de exportación tales como el café, azúcar y banano, que habían mostrado una inestabilidad muy marcada en los mercados externos.

El segundo acontecimiento se relaciona con la cooperación internacional específicamente la proporcionada por Los Estados Unidos de América⁶, que buscaba impulsar la exportación de bienes manufacturados de los países de

Centroamérica y el Caribe; para lograr la inserción de estas regiones a los mercados mundiales, se crearon las zonas francas administradas por los gobiernos⁷, que en definitiva permitían disminuir el desempleo en las regiones urbanas y, atenuar los efectos negativos de un modelo de industrialización en decadencia⁸.

Al evaluar como se emprendió la maquila en México y la Cuenca del Caribe, se encuentra que esta tiene puntos de partida distintos; mientras en el primer país, da inicio en 1965, por haber finalizado el programa Braseros⁹, que generó un fuerte desempleo en la línea fronteriza¹⁰; obligó al gobierno mejicano a impulsar una política de generación de empleos en las zonas rurales; mientras para la región de Centroamérica y el Caribe, las zonas francas iniciaron en la década de los años 70,s, como consecuencia del estancamiento del MISI, y de los problemas sociales que se derivaron del mismo modelo. Por ello los Estados Unidos, por medio de la Agencia Internacional para el Desarrollo, en coordinación con los países de la región impulsaron la creación de zonas francas de exportación, siendo esta actividad exclusiva del Estado por mandato de Ley. La infraestructura se desarrolló en zonas urbanas, cercanas a puertos y aeropuertos.

El último elemento se relacionó con la reestructuración de la industria norteamericana en especial la de los textiles y la confección, que se

vio afectada por la competitividad de los productores asiáticos, llevando a Estados Unidos de América a impulsar una política de protección en estas dos industrias, bajo el amparo de dos tipos de políticas, a saber: (a) una destinada a frenar la competencia asiática, que se caracterizó por restricciones comerciales (aranceles y cuotas de importación) y una presión directa aplicada a ciertos gobiernos y, (b) una política interna orientada a la formación de cadenas productivas regionales que permitieran a las empresas estadounidenses ser más competitivas¹¹. Básicamente lo que estas políticas buscaban era incursionar en las industrias de primera generación¹² en Centroamérica y El Caribe.

Estas cadenas productivas se dividen en dos tipos: las dirigidas por el fabricante (Producer-driven) y las dirigidas por los intermediarios comerciales (Buyer-driven). En las primeras se encuentran las industrias que son dirigidas por los fabricantes, es decir, aquellas que cumplen el papel fundamental de coordinar la producción (incluidos los eslabonamientos hacia atrás y hacia adelante), siendo su característica fundamental el uso intensivo de capital y tecnología especializada y, sirven a la industria automovilística, aeronáutica y las industrias de las computadoras, los semiconductores y la maquinaria pesada. Mientras que el segundo tipo se vincula a industrias en que las grandes tiendas de menudeo, las comercializadoras de marca y los fabricantes de

6 En el marco de los años 70's EE.UU impulsó una clara política de comercio exterior hacia las regiones de Centroamérica y El Caribe, que buscaba un desarrollo en dichas regiones para frenar las guerras civiles en la región. Producto de ello Centroamérica tuvo prioridad y contó con fondos para proyectos de desarrollo y facilidades de acceso al citado mercado, dando origen a la construcción y desarrollo de parques industriales en cuyo esfuerzo participó la Oficina Regional para América Central (ROCAP, por sus siglas en inglés), auspiciada por la Agencia Internacional para el Desarrollo (AID).

7 Con los fondos de ROCAP se crearon en 1973 en Guatemala la zona franca GUATEXPRO, durante 1974 surgen las zonas francas en Costa Rica y El Salvador y en 1976 nace en Puerto Cortés la zona libre de Honduras.

8 En la década de los 60's surgió el Modelo de Industrialización por Sustitución de Importaciones (MISI), el cual buscaba impulsar la industria manufacturera apoyado en dos ejes. El primero de ellos era transferir recursos del Sector exportador tradicional al manufacturero y, éste apoyado por el Mercado Común Centroamericano, como un segundo pilar para el desarrollo de la industria regional. Sin embargo, dicho proceso integracionista se debilitó al retirarse Honduras y por la aplicación de barreras no arancelarias por Costa Rica.

9 Política Migratoria impulsada por Los Estados Unidos de América, para permitir el ingreso de trabajadores mejicanos, a sus zonas agrícolas

10 Gerber Jim Perspectivas de la Maquila después del 2001, Banco Nacional de Comercio Exterior. Volumen 49 No.9 Mexico Septiembre 1999

11 Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL) "La inversión extranjera directa en América Latina y El Caribe, 1999".

12 Estas industrias se caracterizan esencialmente por salarios bajos, el empleo de tecnologías relativamente sencillas en la fabricación de productos básicos y la existencia de pocas barreras de entrada y, en las cuales los países adquieren experiencia por primera vez en los procesos manufactureros.

marcas desempeñan el papel primordial en el establecimiento de sistemas de producción descentralizados en diversos países exportadores, generalmente ubicados en países en desarrollo. Esta modalidad es común en las industrias de bienes de consumo tales como: el vestuario, el calzado, los juguetes, enseres electrodomésticos, artículos electrónicos de consumo y, una variedad de artesanías¹³.

En la región se encuentran cadenas productivas de ambas categorías, sin embargo, la que se ha generalizado y regionalizado es el Buyer-driven con predominio de la industria textiles y confección. Esta a su vez se subdivide en:

a) Tiendas de Menudeo. Están conformadas por los principales clientes de los fabricantes de ropa, pero a la fecha han pasado a competir cada vez más con ellos mismos. Su característica principal es que tienen cadenas nacionales, grandes vendedores y tiendas de departamentos, recurriendo más a las importaciones.

b) Comercializadora de ropa de marca. Estas se caracterizan por realizar las tareas de diseño y comercialización, pero subcontratan la fase de producción a proveedores nacionales y extranjeros. Ellos no poseen plantas de producción pero son dueños de patentes mundiales, tales como Donna Karan, Ralph Lauren, Tommy Hilfiger, Nautica, Nike y Liz Claiborne. Esta última mantiene 113 puntos de expendio exclusivo en el mercado de Los Estados Unidos y, sus ventajas competitivas se encuentran en el diseño y la comercialización. Ha suscrito acuerdos con proveedores en 30 países diferentes otorgando licencias a proveedores para que fabriquen sus diseños.

c) Fabricantes de ropa de marca. Estas industrias poseen plantas y marca propias. Sin embargo, debido a la competencia que le generan los dos tipos anteriores, más la presión asiática, han tenido que optar, con el apoyo del gobierno de los Estados Unidos, trasladarse a países como México y la Cuenca del Caribe, a quienes trasladan plantas, procesos productivos e insumos intermedios tales como tela cortada, botones y demás accesorios. Para el caso se tienen VF Corporation, Levi's Strauss, Sara Lee, Fruit of the Loom y Warnaco.

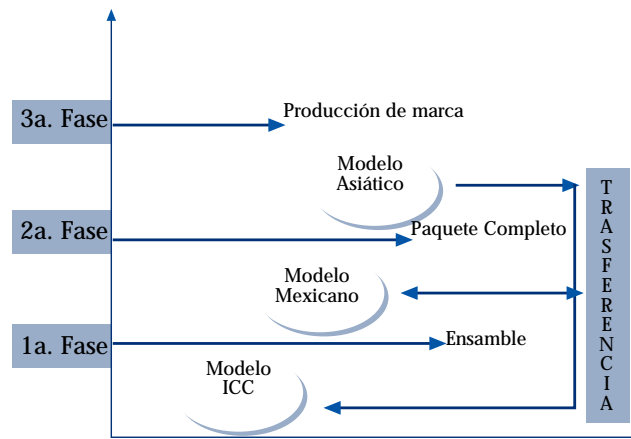
Bajo estas caracterizaciones, la industrias del vestido estadounidense aumenta su competitividad logrando una disminución en sus costos de producción al trasladar procesos a México y a la región de la Cuenca del Caribe (ICC) por medio de subsidiarias manufactureras y, dan paso al desarrollo del programa de industrialización compartida que ha permitido a estos países desarrollar la industria maquiladora.

El siguiente esquema muestra como se ha desarrollado la industrialización compartida en las distintas regiones.

La evolución del programa de industrialización compartida por tanto abarca tres grandes fases que están claramente identificadas por regiones. Se tiene que en una primera fase la política estadounidense finca el establecimiento de procesos complementarios que no requieren mayores destrezas en la mano de obra ni alta tecnología para desarrollar el proceso productivo. Estas características se encuentran en países como los de la región de la Cuenca del Caribe, pero que les ha permitido ganar cuota de mercado en los Estados Unidos, principalmente en la rama textil.

Un avance en el proceso de industrialización engloba características de mayor integración vertical con la industria estadounidense y, requiere una mayor especialización en los procesos productivos. Para este caso se tiene el llamado "Paquete Completo", que consiste en producir el tejido, corte y confección de la prenda. Esta fase de transferencia se ha desarrollado por productores asiáticos, mexicanos y estadounidenses. Acá es importante observar que la región de Asia logra transferir procesos a México para

Configuración de Modelos de Industrialización Compartida vinculados al Mercado Estadounidense



13 Ibid, Pág.180

brindar mejores condiciones de mano de obra, capacidad industrial y mayores márgenes de comercialización hacia los Estados Unidos y otras regiones.

Finalmente se encuentra el modelo asiático que se caracteriza por una industria más competitiva que son capaces de ofrecer a sus clientes norteamericanos el diseño, tejido y desarrollo de marca; y, para aquellos bienes declarados sensibles por el mercado estadounidense, transfieren sus plantas a regiones que se encuentran en las fases anteriores. Con esta práctica logran una posición estratégica de penetración y posicionamiento en el mercado estadounidense.

El siguiente esquema muestra como las fases de la industrialización compartida penetran en el mercado textil y de prendas estadounidenses. Logrando ver que para el caso de la ICC se logra un avance en las fases del proceso. Esta evolución se debe a la ampliación de la ICC a partir de octubre del 2000, dado que se logra un semi paquete completo por la incorporación de tela regional y corte en las prendas, quedando por fuera el diseño de marca. Con ello la región logrará obtener un mayor valor agregado y más oportunidades en el mercado estadounidense.

El panorama anterior permite evaluar la experiencia de El Salvador para el desarrollo de la actividad maquiladora, la cual se enmarca en la Ley de Promoción de Exportaciones que facilitó la construcción de la Zona Franca de San Bartolo, que entró a funcionar en 1974, instalándose en ella 14 empresas que generaron 4,200 empleos directos. Sin embargo, es importante señalar que la política si bien fue efectiva, no logró desarrollarse como se esperaba dado que se vio afectada por la guerra civil en 1979, provocando el retiro de las empresas las cuales se trasladaron a República Dominicana, Costa Rica y Panamá y, generaron con ello un estancamiento de la actividad durante los años 80,s.

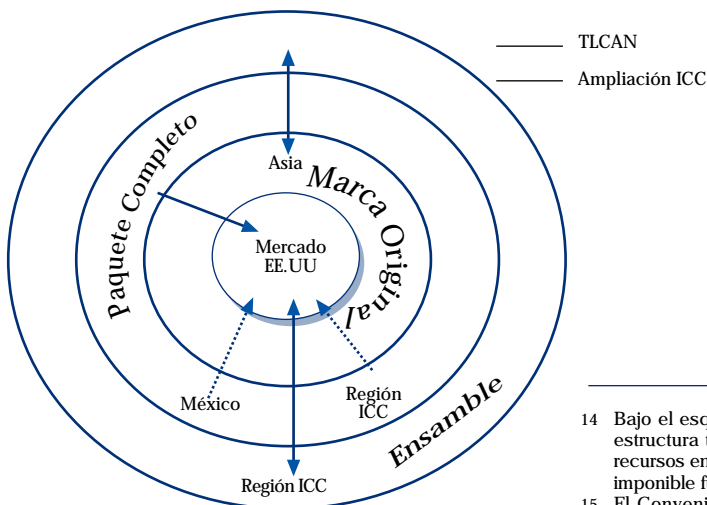
Durante la época de los noventa con la finalización del conflicto armado, la puesta en marcha de un nuevo modelo económico y el nuevo marco jurídico de Ley de Zonas Francas se reimpulsó la actividad en la medida que se eliminó el derecho exclusivo del Estado para la construcción de zonas francas de exportación, permitiendo que la iniciativa privada desarrollara y administrara zonas francas, las cuales en una primera etapa, se construyeron en zonas urbanas con altos índices de población mientras que en la segunda etapa, se desarrollaron en áreas rurales.

Debido a la alta demanda y la poca oferta de techo de industrial que se experimento en los 90,s, se incorpora la figura jurídica de Recintos Fiscales y con ello se facilita que empresas que operen fueran de las zonas francas gocen de los mismos beneficios de las empresas que operan dentro de ellas; adicionalmente, se permitió que las empresas beneficiarias de la Ley, efectúen procesos complementarios con terceras empresas permitiendo aumentar las exportaciones.



Debido a los problemas que presentaba el modelo de industrialización por sustitución de importaciones (MISI) y, dado el escaso apoyo que los países dieron a la armonización tributaria¹⁴ en la década de los 70's, llevó a una mayor competencia en materia de incentivos fiscales llevando a que cada país buscara nuevos mecanismos para atraer la inversión. El siguiente cuadro muestra como se generó la desarmonización en la región.

En el cuadro No.1 se infiere que si bien algunos países (El Salvador y Guatemala) mostraron convergencia en la armonización tributaria, el resto de los países se desligaron en la práctica y generaron la desarmonización, aunque ninguna nación renunció al convenio¹⁵. Esta práctica llevó a una asimetría industrializadora, que hacia necesario la introducción de reformas económicas que alentarán las exportaciones y contribuyeran a disminuir el sesgo antiexportador del MISI.



14 Bajo el esquema de Mercado Común Centroamericano los países buscaron establecer una estructura tributaria neutra con la cual se pretendía interferir menos en la asignación de los recursos entre los países para que todos tuvieran la misma oportunidad en la medida que la base imponible fuera igual para cada uno.
 15 El Convenio Centroamericano de Incentivos Fiscales no logró su cometido llevando a su derogación en 1986.

Cuadro No. 1
Centroamérica: Beneficios Fiscales para la Industria
Naciente y Básica 1960-1976

<i>Exención</i>	<i>El Salvador</i>	<i>Guatemala</i>	<i>Costa Rica</i>	<i>Honduras</i>	<i>Nicaragua</i>
Derecho de importación sobre bienes de capital y materiales de construcción	100% por 10 años.	100% por 10 años.	99%, duración establecida por decisión administrativa.	100% por 10 años.	100% permanentes.
Derechos de importación para combustibles y materias primas.	100% por 5 años.	100% por 10 años.	99% duración establecida por decisión administrativa.	100% por 10 años.	100% por 10 años.
Impuesto sobre la renta de las empresas.	100% primeros 5 años, 50% siguientes 5 años.	100% primeros 5 años, 50% siguientes 5 años.	100% para primera mitad del periodo 50% para segunda mitad; duración exacta establecida por decisión administrativa.	100% para primeros 5 años; 50-75% limitada a las ganancias reinvertidas durante los siguientes 5 años.	100% primeros 5 años; 50% siguientes 5 años.

Fuente: Clark Joel "Tax incentives in Central American Development", Economic Development and Cultural Change. Vol. 19, No. 2, enero de 1971.

Los problemas que presentaba el MISI no sólo a nivel de país sino que en toda la región, llevó al planteamiento de una alternativa de fomento de exportaciones fuera de la región. Bajo este esquema surgen en los diferentes países mecanismos para reactivar a la industria que se había visto muy deprimida.

Cabe mencionar que en el ámbito regional, Costa Rica fue el primer país en brindar ventajas fiscales bajo el Certificado de Abono Tributario (CATs), con el cual se incentivaba al exportador con la devolución del 15% por el valor FOB, tasa que fue en aumento hasta llegar al 30% en 1986. El segundo país en crear incentivos fue Guatemala, al desarrollar la infraestructura de la primera zona franca en la región durante 1973, introduciendo con ello un nuevo renglón en el manejo de política de incentivos para el sector externo, por las características propias de las zonas francas que son consideradas áreas que están ubicadas dentro del territorio de un

país, pero que se excluyen del pago de todo impuesto (paraísos fiscales).

Estos paraísos fiscales produjeron un efecto dominó para el resto de la región, la cual se vio beneficiada con la construcción de diferentes parques industriales en los distintos países, logrando instalar empresas extranjeras y nacionales que destinaban su producción hacia el mercado extraregional, convirtiéndose estas en una fuente importante en la generación de empleos y, pusieron a todos los países en similares condiciones para la atracción de la inversión extranjera. Sin embargo, la configuración de este escenario se debilitó al desatarse las guerras civiles en Guatemala, Nicaragua y El Salvador y, no se logró por tanto, gozar de las ventajas que ofrecían las zonas francas, dejando a Costa Rica con una ventaja sobre la región.

Con los procesos de pacificación logrados en la región en los 90's y, por la experiencia e

infraestructura desarrollada en los 70's, se abren espacios para la construcción de nuevos parques industriales pero con una nueva visión en el manejo, desarrollo y operación de zonas francas, las cuales dejan de ser actividad exclusiva del Estado, dando a este un papel doble en la medida que puede construir techos industriales y, otorgar incentivos a la empresa privada para que ésta desarrolle, administre y opere zonas francas de exportación.

Dada la nueva generación de incentivos desarrollados en los 90's se muestran en los cuadros siguientes las matrices regionales, que permiten evaluar las concesiones fiscales que cada país ofrece para el fomento de exportaciones. Esto con la finalidad de evaluar el grado de diversidad y competencia entre los países en materia de incentivos para potenciar la inversión extranjera y nacional.

Cuadro No. 2
Resumen de Incentivos otorgados en Centroamérica
para empresas que se localizan en zonas francas y recintos fiscales

<i>Incentivo</i>	<i>El Salvador</i>	<i>Guatemala</i>	<i>Honduras</i>	<i>Nicaragua</i>	<i>Costa Rica</i>
Impuesto sobre la renta	Exención del 100% por 20 años para usuarios y, 15 años para desarrolladores y administradores de zona franca.	Exención del 100% por 15 años para los administradores, 12 años para usuarios industriales y 5 años para los usuarios comerciales.	Tiempo indefinido para usuarios y 20 años para los operadores.	Exención del 100% para operadores. Exención del 100% a usuarios durante los primeros 10 años de funcionamiento, y del 60% finalizado el período, indefinidamente.	Exención del 100% durante 8 años y 50% por los siguientes 4 años. En zonas de menor desarrollo relativo 100% durante 12 años y 50% durante los siguientes 6 años.
Aranceles a materia prima, componentes, bienes intermedios y de capital.	Exención del 100% a usuarios.	Exención del 100%.	Exención del 100%.	Exención del 100%.	Exención del 100%.
IVA e impuestos municipales.	IVA tasa "cero"; impuestos municipales exentos 100% por 20 años.	Exención del 100%.	Exención del 100%.	Exención del 100%.	Exención del 100%.
Impuesto al patrimonio.	Exención del 100%.	Exención del 100%.	Exención del 100%.	Exención del 100%.	Exención del 100% durante 10 años.
Repatriación de capital y utilidades.	Exención del 100%.	Exención del 100%.	Exención del 100%.	Exención del 100%.	Exención del 100%.
Impuestos a las exportaciones.	Exoneración del 100%.	Exoneración del 100%.	Exoneración del 100%.	Exoneración del 100%.	Exoneración del 100%.
Ventas en el mercado local.		Límite del 20% de su producción, previo pago de impuestos.	Límite del 5% de su producción, previo pago de impuestos.	Límites según el tipo de empresa ^{1/} . Categoría 1 40% Categoría 2 30% Categoría 3 20%	Límite del 40% de su producción, previo pago de impuestos.
Mercado de exportación.	Fuera de Centroamérica.	Fuera de Centroamérica.	Fuera de Centroamérica.	Fuera de Centroamérica.	Sin restricción.
Materia laboral.	Cláusula de respeto a derechos laborales.	Otorgamiento de todos los beneficios establecidos en la legislación laboral vigente.	Otorgamiento de todos los beneficios establecidos en la legislación laboral vigente.	Garantizar el empleo y prestaciones laborales que ofreció al momento de asirse al régimen de zonas francas, de lo contrario se somete a las leyes de la República.	Otorgamiento de todos los beneficios establecidos en la legislación laboral vigente, más prestaciones adicionales.
Otros beneficios	Se permite la subcontratación con empresas locales.	Empresas locales pueden subcontratar procesos en zonas francas, pagando el arancel sólo por el valor agregado.	Se permite la subcontratación con empresas locales.	Empresas locales pueden subcontratar procesos en zonas francas y se permite la subcontratación con empresas locales. Empresario debe garantizar la capacitación de su personal al momento de solicitar operaciones dentro de zona franca.	Asistencia en el entrenamiento y selección de personal. Asistencia en el mercadeo de sus productos y búsqueda de materia prima nacional. Asistencia en la localización de viviendas ^{2/} .

^{1/} Las empresas pueden vender cierto porcentaje de su producción, siempre y cuando incorporen insumo nacionales y generen empleos. Los límites de producción se establecen por tipos de industrias y, se clasifican en tres categorías. Las empresas de la categoría 1 deben agregar un mínimo del 50% en insumos y generar más de 100 empleos, o en su defecto pueden hacer una combinación entre valor agregado y empleos.

^{2/} Toda empresa administradora de zonas francas debe de construir centros infantiles en el parque industrial para los hijos de los trabajadores en edades comprendidas entre cero y los cinco años. Además, deben de construir zonas de recreo para uso de los trabajadores. Los desperdicios que desechen las zonas francas corresponderá prioritariamente a la municipalidad del cantón donde dichas empresas se ubiquen, siempre que pueden ser tratadas a nivel local o nacional o no causen peligro a la población; caso contrario, es responsabilidad de la empresa darles el tratamiento debido.

Cuadro No. 3

Comparación de incentivos otorgados en El Salvador, República Dominicana y México para empresas que se localizan en zonas francas y recintos fiscales

<i>Incentivo</i>	<i>El Salvador</i>	<i>República Dominicana</i>	<i>México</i>
Impuesto sobre la renta.	Exención del 100% por 20 años para usuarios y 15 años para desarrolladores y administradores de zona franca.	Exención del 100%.	Pago de renta.
Aranceles a materia prima, componentes, bienes intermedios y de capital.	Exención del 100% a usuarios.	Exención del 100%.	Libre de impuestos.
IVA e impuestos municipales.	IVA tasa "cero"; impuestos municipales exentos 100% por 20 años.	Exención del 100%.	Libre de impuestos.
Impuesto al patrimonio.	Exención del 100%.	Exención del 100%.	Libre de impuestos cuando pertenecen a la una matriz extranjera.
Repatriación de capital y utilidades.	Exención del 100%.	Exención del 100%.	N.D.
Impuestos a las exportaciones.	Exoneración del 100%.	Exoneración del 100%.	Exoneración del 100%.
Ventas en el mercado local.		Previa autorización, pueden vender de acuerdo a los siguientes porcentajes: Hasta un 20% (1) Hasta un 100% (2)	Facilidad para la venta del 50% del valor de las exportaciones anuales.
Mercado de exportación.	Fuera de Centroamérica.	Los Estados Unidos	TLCAN
Materia laboral	Cláusula de respeto a derechos laborales.	Sometido al Código de trabajo y a los convenios internacionales ratificados. Cumplimiento a leyes sanitarias.	Sometidos a leyes internas sobre trabajo.
Otros beneficios	Se permite la subcontratación con empresas locales.	Exoneración de impuestos para materiales de construcción, para las empresas y operadoras de zonas francas que construyan viviendas para sus trabajadores. Exención del 100% de impuestos de importación por: <ul style="list-style-type: none"> • Equipo y utensilios necesarios para la instalación y operación de comedores económicos, servicios de salud, asistencia médica, guardería infantil, de entretenimiento o amenidades y cualquier otro tipo de equipo que propenda al bienestar de la clase trabajadora. • Equipo de transporte de carga y pasajeros. 	

N.D.: No disponible

(1): Se puede comercializar cuando los productos y/o servicios procesados en el país la importación sea permitida por ley, previo pago del 100% de impuestos correspondientes.

(2): Cuando los productos y/o servicios no procesados en el país paguen el 100% de los impuestos correspondientes y, cuando los productos y/o servicios tengan un componente de materias primas locales por lo menos un 25% previo pago del 100% de los impuestos correspondientes.



DESEMPEÑO DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA DESDE 1990

A. Infraestructura de apoyo

Debido al dinamismo mostrado por la industria maquiladora en el comercio mundial, el país se enmarcó en el proyecto de construir corredores industriales con la finalidad de atraer la inversión de la industria que se estaba proliferando. Para ello, el Estado construyó la zona franca de San Bartolo durante 1974 y así dio respuesta a la demanda de techo para esa fecha. Para los 90's la industria había crecido más y, demandaba mayores espacios para su producción. Producto de ello, el estado concedió el derecho a la iniciativa privada de construir,

desarrollar y administrar zonas francas de exportación aumentando la oferta de techo en 78%.

En el 2000 el país ha cubierto el 39% de metros cuadrados del total proyectado en construcción de zonas francas, crecimiento bajo debido al espacio que ha ocupado la figura del recinto fiscal (57 a la fecha) así como la falta de incorporación de nuevas empresas en las zonas francas.

Otro elemento importante es la participación de la inversión extranjera en el desarrollo de parques industriales al contar el país con una zona franca de propiedad coreana. Esto favorece al país dado que refleja certidumbre en los inversionistas extranjeros.

B. Composición de la industria y diversificación

En términos generales el valor de las exportaciones de maquila

según el origen del capital se ha concentrado en los últimos cinco años en las exportaciones de las empresas de Estados Unidos y Salvadoreñas, en este sentido para 1995 las empresas Norteamericanas exportaron el 45.5% del total exportado por el país; en segundo lugar están las empresas de origen Salvadoreñas las cuales exportaron el 26.9%. Estas dos empresas juntas exportaron el 72.5% del total exportado por el país para el mencionado año.

Las empresas de Estados Unidos han incrementado su participación en el valor exportado; mientras que las Salvadoreñas lo han disminuido del 27% al 23% en 1999.

Las empresas de origen norteamericano son las que mayor valor agregado generaron en los últimos cinco años, para 1995, estas empresas aportaron el 40% de todo

*Cuadro No. 4
Evolución del techo industrial*

ZONA FRANCA	PROYECTO METROS ² A CONSTRUIR	1994 METROS ² CONSTRUIDOS	1995 METROS ² CONSTRUIDOS	1996 METROS ² CONSTRUIDOS	1997 METROS ² CONSTRUIDOS	1998 METROS ² CONSTRUIDOS	1999 METROS ² CONSTRUIDOS	PENDIENTES METROS ² A CONSTRUIR
EL PROGRESO	14,285	14,285	14,285	14,285	14,285	14,285	14,285	0
AMERICAN PARK	200,000	0	0	7,275	19,127	45,944	45,944	154,056
SAN MARCOS	49,783	37,500	37,500	45,500	45,500	46,100	46,100	3,683
EL PEDREGAL	150,000	49,400	49,400	52,267	52,267	51,064	51,064	98,936
EXPORSALVA	86,742	9,000	9,000	32,400	32,872	66,315	66,315	20,427
SAN BARTOLO	200,000	66,000	66,000	83,707	83,707	122,093	122,093	77,907
LIDO FREE ZONE	14,120	0	0	0	0	10,500	10,500	3,620
EL SALVADOR INTERNACIONAL	211,120	0	0	0	0	0	6,189	204,931
TOTAL GENERAL	926,050	176,185	176,185	235,434	247,758	356,301	362,490	563,560

Fuente: Elaboración propia con base a información proporcionada por el Ministerio de Economía.

*Cuadro No. 5
Exportaciones de maquila según origen 1995-1999
Millones de US\$*

ORIGEN	1995			1996			1997			1998			1999		
	VALOR EXPORTADO	# EMPRESAS	%	VALOR EXPORTADO	# EMPRESAS	%	VALOR EXPORTADO	# EMPRESAS	%	VALOR EXPORTADO	# EMPRESAS	%	VALOR EXPORTADO	# EMPRESAS	%
El Salvador	130.04	73	27	203.18	75	26	261.83	75	25	276.30	68	23	315.68	68	23
Estados Unidos	220.33	26	46	360.83	29	45	558.10	29	53	648.58	29	55	779.91	27	58
China	34.72	4	7	33.39	4	4	14.78	2	1	14.06	1	1	25.35	4	2
Corea	87.87	16	18	166.53	16	21	187.92	14	18	196.86	17	17	182.06	19	13
Otros	10.46	10	2	30.94	15	4	32.54	10	3	53.30	8	4	46.63	5	3
Total	483.43	129	100	794.86	139	100	1,054.97	129	100	1,189.12	123	100	1,349.63	123	100

Fuente: Elaboración propia con base a información proporcionada por el Centro de Trámites de Exportación (CENTREX), Banco Central de Reserva de El Salvador.

*Cuadro No. 6
Valor Agregado de la Industria según origen 1995-1999
Millones de US\$*

ORIGEN	1995			1996			1997			1998			1999		
	VALOR AGREGADO	# REMESAS	%	VALOR AGREGADO	# REMESAS	%	VALOR AGREGADO	# REMESAS	%	VALOR AGREGADO	# REMESAS	%	VALOR AGREGADO	# REMESAS	%
El Salvador	33.97	73	31	55.49	75	29	71.71	74	29	72.26	68	25	82.98	68	25
Estados Unidos	44.76	26	40	72.66	29	39	109.31	29	44	133.64	29	47	170.08	27	51
China	4.87	4	4	5.47	4	3	3.40	2	1	3.20	1	1	7.44	4	2
Corea	23.42	16	21	45.78	16	24	54.67	14	22	57.55	17	20	56.64	19	17
Otros	4.32	10	4	9.28	15	5	8.28	10	3	17.35	8	6	13.13	5	4
Total	111.34	129	100	188.67	139	100	247.37	129	100	283.99	123	100	330.26	123	100

Fuente: Elaboración propia con base a información proporcionada por el Centro de Trámites de Exportación (CENTREX), Banco Central de Reserva de El Salvador.

el valor agregado por esta industria; mientras que las salvadoreñas generaron el 30.5%. Para 1999 las empresas de Estados Unidos generaron el 51% del total de valor agregado y las Salvadoreñas generaron el 25% del valor agregado; este comportamiento responde al interés de las empresas estadounidenses por trasladar procesos y/o plantas a El Salvador, para aprovechar los incentivos fiscales que el país ofrece. Por otra parte estas corporaciones deben disminuir sus costos de operación para defender su mercado en los Estados Unidos de la competencia que les genera los países asiáticos.

La actividad maquiladora en el país desde 1995 está concentrada en las prendas textiles de vestir; sin embargo, estas empresas han reducido su participación en el país en un 0.2% al año 2000. En 1995 iniciaron operaciones dos empresas de chips electrónico una de señuelos plásticos, una de alcohol etílico y una de capelladas. La empresa de alcohol etílico cerró sus operaciones en 1998; mientras que la de capelladas cerró en 1996. En 1998 inició operaciones una empresa de maletines y en 1999 otra de prótesis dental, siendo ésta última la primera empresa de origen Alemán y Europeo que se instala en el país, esta entidad empresarial cuenta con patentes únicas a escala mundial y busca en primera instancia abastecer el mercado de Alemania

y los Estados Unidos para los próximos años.

Es importante mencionar, que la maquila de prótesis dental, requiere de mano de obra artesanal especializada, habilidad que ha sido enseñada por su propietario a los trabajadores de la citada planta. Además, es de interés para la empresa que su personal domine el idioma alemán y se imparten clases a los trabajadores a todo nivel.

C. Generación de divisas

La maquila ha registrado un crecimiento sostenido desde 1990 al lograr una tasa promedio de crecimiento en toda la década del 40% en el valor FOB exportado, esta dinámica ha sido posible por el establecimiento, la construcción y ampliación de corredores

industriales y el posterior establecimiento de maquilas en ellas.

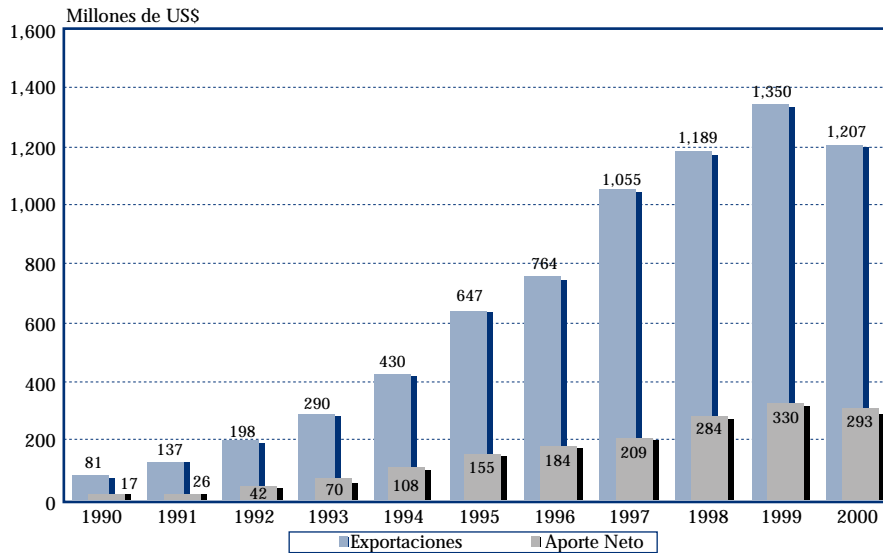
El aporte neto de la maquila al déficit comercial del país es importante y a septiembre de 2000 sobrepasó el valor de las exportaciones de café. El panorama de la maquila se viene a tornar más atractivo para el inversionista local y extranjero al verse beneficiados por las medidas adoptadas en la década de los años 90's, destacándose además de los acuerdos de paz, las cuotas cuantitativas al comercio de los Estados Unidos en lo referente a la política de asignación de cuotas, a las importaciones del sector textil producto de pérdida de competitividad de su industria interna por los problemas de costos en el sector de la confección.

*Cuadro No. 7
Diversificación de la industria 1995-2000*

Tipo de industria	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Chips Electrónicos	2	2	2	2	2	2
Señuelos Plásticos	1	1	1	1	1	1
Juegos Eléctricos	-	1	1	-	-	-
Alcohol Etílico	1	1	1	1	-	-
Prendas Textiles	124	131	123	119	118	121
Carteras	-	1	1	1	1	1
Capelladas	1	-	-	-	-	-
Maletines	-	-	-	1	1	1
Prótesis Dental	-	-	-	-	-	1
Total	129	137	129	125	124	127

Fuente: Elaboración propia con información de CENTREX.

Gráfico 1
Exportaciones FOB y Aporte neto
Millones de US\$



Cuadro No. 8
Aporte de la Industria Maquiladora a la Cuenta Corriente
saldos en millones de US\$

	1995	1996	1997	1998	1999
Saldo Cuenta Corriente con maquila	-261.6	-169.1	96.1	-78.7	-242.0
Saldo Cuenta Corriente sin maquila	-435.2	-382.6	-195.0	-417.8	-620.7
Diferencia	173.6	213.5	291.1	339.1	378.7

Fuente: Elaboración propia con base de datos proporcionados por el Banco Central de Reserva de El Salvador.

Cuadro No. 9
Aporte y Participación de la Industria Maquiladora en el Producto Interno Bruto, precios constantes 1990

Años	PIB tasas de crecimiento	Industria Manufacturera		Maquila		
		crecimiento	Aporte al PIB	Creimiento	Aporte a la industria	Aporte al PIB
1993	7.4%	8.3%	20.8%		4.6%	1.0%
1994	6.1%	7.4%	21.1%	27.4%	5.5%	1.2%
1995	6.4%	6.9%	21.2%	35.1%	7.0%	1.5%
1996	1.7%	1.7%	21.2%	12.3%	8.0%	1.6%
1997	4.2%	8.0%	22.0%	35.3%	9.6%	2.1%
1998	3.5%	6.6%	22.6%	20.6%	10.9%	2.5%
1999	2.6%	3.7%	22.8%	7.0%	11.2%	2.6%

Fuente: Elaboración con base a cifras del Banco Central de Reserva de El Salvador.

D. Apoyo a Cuenta Corriente

El aporte que la industria maquiladora hace al saldo de la cuenta corriente de la balanza de pagos del país, se refleja en el valor agregado que esta industria registra. Este valor agregado es conocido también como aporte neto y resulta de la diferencia entre el valor FOB exportado menos las importaciones en concepto de maquila, por tanto, es la diferencia entre los ingresos totales de una empresa y los costos de compra de materias primas, servicios y componentes. Es decir, mide el valor que la empresa incorpora, a estos materiales y componentes que compra para su medio de su proceso de producción.

Como se aprecia, de no contar con este rubro el deterioro de la cuenta corriente se vería incrementado en el valor del aporte neto y, esto reflejaría una posición desfavorable en términos de ahorro e inversión del país. Por otra parte, si se busca mejorar la cuenta corriente, es preciso aumentar exportaciones o disminuir la absorción, lo que afectaría el nivel de importaciones dependiendo del grado de apertura de la economía.

E. Aporte de la industria al PIB

La importancia que ha cobrado la industria maquiladora en la economía se evidencia en su aporte en el producto interno bruto. Se tiene que la actividad ha pasado de una participación del 1% durante 1993 a casi el 3% para 1999. Por otra parte si se observa el apoyo que la maquila ha dado al sector industria manufacturera, se tiene que la actividad ha incrementado su apoyo al sector en más del 100% para el período 1993 - 1999. Por otra parte se evidencia una alta dependencia entre el comportamiento de la industria maquiladora con el sector industria manufacturera, en la medida que un incremento de la actividad se traduce en una mejora en el sector y, contrariamente, si la

actividad cae, el crecimiento de la industria tiene igual comportamiento.

IV. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

A. Selección de la muestra

Este capítulo se centrará en el análisis del trabajo de campo realizado a 20 empresas maquiladoras localizadas en la zona central, occidental, norte y paracentral del país. El método de selección de la muestra fue dirigido, basándose en los criterios de valor FOB, valor agregado, origen del capital, número de empleados y características del proceso productivo.

En la muestra se incluyeron empresas Salvadoreñas, Coreanas, de Estados Unidos y Asiáticas, se incluyeron además empresas de zonas francas y recintos fiscales cuatro de las cuales, mantienen a agosto del 2000, más de 500 empleados; 3 más de estas empresas, entran en el rango de 1,000 a 1,500 empleados; cinco se ubican entre los 1,500 a 2,000 empleados y 2 están por encima de los 3,000 empleados, esto da una idea del amplio rango de la muestra utilizada.

B. Recurso Humano

1. Empleos

En el país es un obstáculo para el desarrollo productivo de las empresas maquiladoras, la falta de Institutos de formación y capacitación que generen recursos humanos de nivel medio adecuado para las empresas¹⁶, por lo que la formación de los empleos en la

Cuadro No. 10
Evolución del Empleo

	Dic-99	Ago-00	%
Evolución del empleo	23,416	28,297	20.84

Fuente: Elaboración propia con base a datos obtenidos de la encuesta a la industria maquiladora.

industria maquiladora se concentra en los niveles de primaria, tercer ciclo y bachillerato, según se observa en la encuesta realizada.

Según los datos de la muestra la evolución del empleo comparando diciembre/99 con agosto/00 creció el 21%. De las 20 empresas seleccionadas éstas generan el 41% del empleo total de la maquila; siendo la zona franca de San Bartolo la que genera el mayor número de empleos desde 1990. En 1999 esta Zona Franca generó 22,000 empleos.

La participación de los empleados por género y nacionalidad en la industria maquiladora del país en la muestra utilizada presenta que, el 93.6% del total de empleados son obreros y el 100% son Salvadoreños. La estructura por género muestra que más del 80% son mujeres; resultado acorde al tipo de industria localizada en el país, en donde se tiene una actividad dedicada a la confección de prendas de vestir y, en la cual el nivel educativo no es un elemento determinante en la contratación, sino

el nivel de destreza de la mano de obra.

A nivel de técnicos de planta las mujeres tienen escasa participación (0.5%), mientras que los hombres ocupan el 0.9% de los puestos de trabajo. Esto confirma que la educación es un elemento determinante para la contratación y, además evidencia el bajo aporte que las mujeres brindan a ese nivel.

Al observar los supervisores las mujeres participan con 1.3% y los hombres 0.9%. Esta mayor participación de las mujeres obedece al tipo de industria, en la cual el proceso productivo requiere una verificación más fina para el acabado de la prenda. Una visión global de la encuesta refleja que sólo el 2.2% de los trabajadores de la muestra seleccionada son supervisores, de éstos el 90% son hombres y son salvadoreños, por lo que el resto de puestos de trabajo los ocupan extranjeros.

La mano de obra nacional en los puestos gerenciales tiene mayor peso, siendo los hombres quienes tienen la mayor participación (0.2%), mientras que las mujeres sólo cubren el 0.1%. Del total de empleos de la muestra, menos del 0.5% son gerentes y, están ocupados por personal salvadoreño y extranjero; sin embargo, la mayor parte son hombres y son Salvadoreños.

Cuadro No. 11
Participación por género y nacionalidad

	Salvadoreños		Extranjeros		Total		Total
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	
Gerentes	0.10%	0.24%	0.01%	0.11%	0.11%	0.34%	0.45%
Supervisores	1.30%	0.86%	0.00%	0.02%	1.30%	0.88%	2.18%
Personal de Oficina	1.30%	1.04%	0.01%	0.01%	1.31%	1.05%	2.36%
Técnicos de planta	0.50%	0.87%	0.04%	0.04%	0.54%	0.91%	1.45%
Obreros	80.69%	12.87%	0.00%	0.00%	80.69%	12.87%	93.55%
Total	83.89%	15.87%	0.06%	0.17%	83.96%	16.04%	100.00%

Fuente: Elaboración propia con base a datos obtenidos de la encuesta a la industria maquiladora.

16 Centroamérica, México y República Dominicana: Maquila y transformación productiva

Cuadro No. 12
Nivel de escolaridad solicitado en la industria maquiladora según puesto de trabajo

Cargos	Nivel solicitado
Gerentes	Graduado universitario
Supervisores	Bachillerato y técnico
Personal de Oficina	Bachillerato
Técnicos de Planta	Técnicos
Obreros	Primaria y tercer ciclo

Fuente: Elaboración propia con base a datos obtenidos de la encuesta a la industria maquiladora.

2. Escolaridad

Los resultados de la formación de los empleos en las 20 empresas entrevistadas se concentran en los niveles de primaria y tercer ciclo ya que es el nivel más exigido para la mayoría de trabajadores que son obreros. Para el personal de oficina y supervisores la mayoría de las empresas contestaron que se exige bachillerato y en algunos casos graduados universitarios; mientras que, para gerentes sólo cuatro empresas contestaron que estos tienen título de maestría, las demás con título universitario.

Al observar los resultados de la encuesta se confirma que a nivel obrero en donde las mujeres tienen mayor participación, los niveles de escolaridad son bajos al contar solamente con nueve años de estudios. Aunque este elemento no es favorable para atraer industrias más especializadas, se convierte en un reto a superar dado que las mujeres están ocupando mayores niveles de responsabilidad en la industria.

3. Salarios

El salario promedio de los obreros de las 20 firmas de la muestra registra 1,512 colones mensuales; aunque 9 de las 20 firmas, sólo pagan el salario mínimo; sin embargo, hay 7 empresas que pagan más de 1,500 colones al mes.

Cuadro No. 13
Salario promedio pagado según cargo

	¢
Gerentes	14,767
Supervisores	4,439
Personal de Oficina	3,570
Técnicos de Planta	4,439
Obreros	1,499

Fuente: Elaboración propia con base a datos obtenidos de la encuesta a la industria maquiladora.

Cuadro No. 14
Resumen participación en empleo y salario promedio en la industria maquiladora según origen del capital

País de origen	No. empresas	Empleos	Salarios Obreros ¢
El Salvador	8	23.00	1,508.75
Estados Unidos	4	42.95	1,565.00
Corea	5	23.47	1,640.40
China	3	10.58	1,340.00
	20	100.00	

Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de la encuesta a la industria maquiladora.

Cuadro No. 15
Factores que consideran para la Contratación del personal

Factores	%
Lugar de residencia	65.0
Pretenciones salariales altas	10.0
Dominio del idioma inglés	55.0
Flexibilidad en el horario	70.0

Fuente: Elaboración propia con base a datos obtenidos de la encuesta a la industria maquiladora.

A nivel gerencial el promedio de la muestra utilizada registra un salario de 14,700 colones; sin embargo, 3 de ellas pagan más de 25,000 colones y, 2 pagan 20,000 colones al mes; el resto oscila entre los 6,000 a 18,000 colones. El cuadro No. 13 muestra la estructura de los salarios promedios pagados según cargo desempeñados.

El Cuadro No. 14 constata que las empresas nacionales y chinas son las que pagan un salario menor. Por otra parte en la entrevista realizada se observó que las empresas de dichas nacionalidades son las que menos prestaciones dan a los empleados.

4. Selección del personal

Entre los factores considerados para la contratación del personal sobresalió la flexibilidad en los horarios de trabajo como el más importante. En segundo lugar esta el lugar de residencia que implica la facilidad de transporte para el trabajador y confirma la flexibilidad en la jornada laboral; en tercer lugar en importancia para la contratación de personal es el dominio del idioma inglés, el cual es solicitado para supervisores, técnicos y gerentes.

5. Desempeño del personal

Después de contratado el personal el principal obstáculo que se encontró en las 20 firmas seleccionadas de la muestra fue falta de responsabilidad y la deficiente calificación del trabajador, que evidentemente se debe al bajo nivel de escolaridad que tienen más del 90% del personal contratado por dichas firmas. La falta de iniciativa y del conocimiento del idioma inglés son otros de los principales obstáculos encontrados en el desempeño del personal.

Cuadro No. 16
Principales obstáculos encontrados en el desempeño del personal

Principales Obstáculos	%
Deficiente calificación del trabajador	60.0
Falta de responsabilidad	65.0
Falta de iniciativa	55.0
Deficiente calificación de gerentes y mandos medios	15.0
Deficiencia en habilidades manuales	15.0
Falta de concentración de los trabajadores	30.0
Lugar de residencia	10.0
Dificultades para ampliar la jornada laboral	25.0
No habla ni conoce el idioma inglés	30.0

Fuente: Elaboración propia con base a datos obtenidos de la encuesta a la industria maquiladora.

Otras de las carencias de personal son la deficiente calificación de gerentes y mandos medios; así como la falta de concentración de los trabajadores. Muchas empresas afirmaron no encontrar en el medio nacional institutos de formación y capacitación que entreguen los recursos humanos que se necesitan¹⁷.

6. Capacitación

De las 20 empresas entrevistadas en la muestra solo 13 (68%) opinó que dan capacitación a su personal. Al observar los resultados son las empresas estadounidenses las que dan más, mientras que las salvadoreñas solamente cinco capacitan a su personal y, de estas solamente dos no capacitan al personal obrero, destinando dicho rubro a los mandos superiores.

Como se aprecia en el siguiente cuadro, de las 8 empresas de capital nacional el 63% da capacitación; en las empresas de capital norte americano el 75% da capacitación a su personal; mientras que en las Coreanas y Chinas sólo el 60% da capacitación. No obstante, es evidente que aún hay empresas que no tienen una política activa de capacitación de personal, señalaron que no es rentable invertir en una política de capacitación por lo que

se entrenan brevemente en la práctica, en las respectivas operaciones que deben realizar. Por otra parte, es importante considerar que debido a que la muestra no es uniforme para las empresas clasificadas por el origen del capital, los porcentajes anteriores no reflejan con exactitud este resultado.

La capacitación que brindan las empresas al personal se orienta principalmente al grupo de los supervisores o jefes de línea; los gerentes y mandos superiores es el otro grupo que más recibe capacitación de las firmas encuestadas de la muestra. El 65% de la muestra afirmó que da capacitación a sus trabajadores en planta; a pesar de ser este grupo el que tiene la menor formación educativa. Las empresas prefieren entrenarlos al interior de las plantas.

Al relacionar la capacitación con las instituciones nacionales que la ofrecen sólo dos empresas maquiladoras de la muestra contestaron que no capacitan a su personal con estas instituciones, pero cuando la otorgan, ellas hacen sus contactos con consultores independientes. Por otra parte, las gremiales son las que más capacitan a las firmas maquiladoras y los Institutos Tecnológicos como el ITCA, también da capacitación FEPADE, INSAFORP, ENSETEC y ASIC, siendo los gerentes y mandos

superiores y los supervisores y jefes de línea los que más se capacitan en cursos de trabajo en equipo, gerencia de liderazgo, supervisión y calidad, manejo de plantas, reingeniería de procesos, e ISO-9000.

C. Estrategia de comercialización

La mejor fortaleza para competir según los resultados de la muestra seleccionada es la puntualidad en la entrega, pocas de las empresas entrevistadas consideran como primera opción de competencia el diseño y la marca del producto, lo que refleja el hecho de que la industria maquiladora en el país esta dominada por plantas que carecen

Cuadro No. 17
Resumen de empresas que dan capacitación

País de origen	No. empresas	Empresas que dan capacitación
El Salvador	8	5
Estados Unidos	4	3
Corea	5	3
China	3	2
	20	13

Fuente: Elaboración propia con base a datos obtenidos de la encuesta a la industria maquiladora.

Cuadro No. 18
Distribución de la capacitación por grupos

Grupos	%
Empleados administrativos	60.0
Trabajadores en planta	65.0
Supervisores o jefes de línea	85.0
Gerentes y mandos superiores	70.0

Fuente: Elaboración propia con base a datos obtenidos de la encuesta a la industria maquiladora.

Cuadro No. 19
Instituciones que capacitan el personal de la industria

Relación con instancias	%
a. Gremiales	80.0
b. Universidades	20.0
c. Institutos Tecnológicos	50.0

Fuente: Elaboración propia con base a datos obtenidos de la encuesta a la industria maquiladora.

17 Ibid Centroamérica, México y República Dominicana: Maquila y transformación productiva

de diseño y tecnología propia. Este proceso radica en el extranjero, en la matriz si se trata de empresas filiales o en las empresas extranjeras que subcontratan en el caso de las maquiladoras de capital nacional.

Otra estrategia competitiva de las empresas entrevistadas es ofrecer productos de alta calidad. Según los resultados de la muestra el 60% consideró que la calidad es un factor clave de la estrategia para competir; mientras tanto sólo el 15% se apoya en la relación diseño - marca, que son las industrias que permiten obtener mayores beneficios en valor agregado dado que son industrias más especializadas.

Cuadro No. 20
Fortalezas para competir

Factores	%
Precio	55.0
Calidad	60.0
Puntualidad en la entrega	80.0
Diseño / marca	15.0
Relación precio - calidad	45.0
Otros	20.0

Fuente: Elaboración propia con base a datos obtenidos de la encuesta a la industria maquiladora.

Cuadro No. 21
Participación en la toma de decisiones

Factores	Ninguna	Alguna	Total
Compra y elección de materia prima	45.0	20.0	30.0
Productos que fabrica	25.0	35.0	30.0
Maquinaria utilizada	10.0	20.0	65.0
Modelo organizativo	10.0	35.0	45.0
Capacitación y reclutamiento	10.0	15.0	65.0
Estrategia de ventas	35.0	45.0	25.0
Estrategia de inversión y financiamiento	10.0	35.0	50.0
Prestaciones laborales	0.0	20.0	75.0

Fuente: Elaboración propia con base a datos obtenidos de la encuesta a la industria maquiladora.

Cuadro No. 22
Características que definen el proceso productivo

Aspectos de proceso productivo	%
Muchos productos diferentes, pequeñas cantidades	15.0
Pocos productos diferentes, grandes cantidades	60.0
Un solo producto	35.0

Fuente: Elaboración propia con base a datos obtenidos de la encuesta a la industria maquiladora.

Los resultados obtenidos acerca del nivel de injerencia del personal entrevistado en la toma de decisiones dan varias reflexiones, en primer lugar en la compra y elección de materia prima, en los productos que fabrica, estrategia de ventas y modelo organizativo se evidencia poca participación de la empresa. En segundo lugar se aprecia que las industrias tienen bastante autonomía en lo referente a maquinaria utilizada, capacitación, reclutamiento y prestaciones laborales.

El grueso de los productos que manufacturan las empresas de la muestra seleccionada se cuentan en la categoría de pocos productos diferentes y grandes cantidades como shorts y camisetas, en segundo lugar está la fabricación de un solo producto. El éxito del proceso productivo y de aprendizaje del sector radica tanto en la habilidad de adaptar, difundir y reproducir con rapidez sobre la base de los bienes de capital e insumos adquiridos, como en la explotación de economía de escala.

En cuanto al diseño del producto, en general las maquiladoras no tienen participación directa. Del corporativo se reciben los patrones y las especificaciones exactas de las prendas. Sin embargo en varias plantas se da cierto proceso de interacción con el cliente-proveedor. El diseño se recibe del corporativo pero viene en papel, en la maquila se hacen las pruebas de factibilidad y se hacen recomendaciones en relación con las dimensiones y los materiales a utilizar.

El proceso productivo se caracteriza por largas líneas y, en menor medida, grupos de trabajo en donde se realiza el armado de las prendas de vestir. Predominan las labores sencillas en las tradicionales máquinas de coser y en pocas ocasiones se observan procesos automatizados. El mayor éxito obtenido en los procesos productivos según la muestra utilizada se da en la disminución de rechazo por falta de calidad y la disminución de desperdicios.

En las plantas que cuentan con maquinaria sofisticada, el personal local no tiene conocimientos detallados de la tecnología que incorporan. La empresa maquiladora tiene personal asignado al conocimiento del equipo, pero si surgen problemas complejos se recurren a los técnicos extranjeros del corporativo.

Cuadro No. 23
Características de éxito del proceso productivo

Características de éxito en el proceso productivo	%
Propuesta de mejora en el diseño del producto	20.0
Disminución de desperdicios	60.0
Disminución de rechazos por falta de calidad	95.0
Disminución de productos reprocessados	35.0
Automatización de puestos de trabajo	25.0
Automatización de inspección de calidad en estaciones de trabajo	25.0
Automatización en manejo de materiales	20.0
Automatización de secuencias de producción	45.0
Automatización de sistemas de información y control de procesos	50.0

Fuente: Elaboración propia con base a datos obtenidos de la encuesta a la industria maquiladora.

En general en el interior de las plantas maquiladoras no se llevan a cabo actividades de investigación y desarrollo relacionadas con la maquinaria. El montaje de una pieza de la prenda requiere ciertos instrumentos de apoyo que se agregan a la tradicional maquina de coser con el objetivo de incrementar la productividad y eficiencia.

En la información del cuadro siguiente se refleja que los principales métodos y programas aplicados en las empresas entrevistadas son: programas de calidad total con el 75% de respuestas afirmativas, prácticas de mejora continua y manuales, procedimientos y normas internas con el 60%. También estas empresas han implementado para lograr mejoras en el proceso productivo, equipos de trabajo y programas para aumentar la seguridad.

D. Transferencia Tecnológica

Se pregunto a las empresas cuales son las actividades, los métodos o programas impulsados que han contribuido al desarrollo de la capacidad productiva. El 75% de las empresas de la muestra han logrado disminuir los desperdicios de materia prima, rechazos por falta de calidad. Por otra parte consideran que se ha alcanzado pronta reparación de maquinaria y disminución en la interrupción por mantenimiento; además de cierto

*Cuadro No. 24
Gestión administrativa*

Programas implementados	%
Programas de calidad total	75.0
Programas de justo a tiempo	45.0
Prácticas de mejora continua	60.0
Equipos de trabajo	50.0
Manuales, procedimientos y normas internas	60.0
Programas de sugerencias de los trabajadores	30.0
Compartir información técnica y económica con los trabajadores	15.0
Programas para aumentar la seguridad en el trabajo	55.0
Programas de ergonomía	20.0

Fuente: Elaboración propia con base a datos obtenidos de la encuesta a la industria maquiladora.

grado de automatización, sobre todo en la automatización de secuencias de producción y sistemas de información y control del proceso, encontrando en algunas de ellas la implementación de incentivos por producción en células.

La capacidad de investigación y desarrollo de la empresa nacional es prácticamente nula comparada con el de las transnacionales. Se aprende a aplicar la tecnología de la transnacional en las líneas de producción, lo cual les permite trasladar las nuevas técnicas de producción a la línea propia. Además al producir para líneas reconocidas se adquiere prestigio y ello facilita la venta de los productos propios. También a raíz de la subcontratación internacional disminuyen los costos fijos gracias al incremento de los volúmenes de producción y por incorporar con una mayor eficiencia la contabilización de los costos por un análisis de la cadena de valor en las industrias¹⁸.

Los métodos y programas utilizados en la maquila han sido difundidos internacionalmente. Las

empresas maquiladoras locales han tenido que aprenderlos y adoptarlos a su entorno. El cuadro No. 26 muestra los resultados de la entrevista sobre el desarrollo interno de la organización, en casos extremos a raíz de la subcontratación internacional de servicios productivos las firmas locales han creado departamentos de control de calidad que les permite alcanzar los estándares fijados.

El cuadro No. 26 muestra las respuestas de las empresas entrevistadas, encontrando que para el 95% de los entrevistados hay incentivos monetarios, el 75% cuenta con programas para aumentar la seguridad en el trabajo y se han introducido programas de sugerencias de los trabajadores.

La actividad maquiladora en las empresas de la muestra también han generado una trayectoria de aprendizaje respecto a la ampliación de conocimientos de mercados y modificación de estrategias de mercadeo. Se muestran las respuestas de las empresas entrevistadas encontrando que el

*Cuadro No. 25
Gestión estratégica impulsada*

Métodos y Programas	%
I. Disminución del tiempo muerto de la maquinaria por:	
a. Pronta reparación de maquinaria	65.0
b. Disminución de interrupciones por mantenimiento	60.0
c. Mayor adaptabilidad del proceso al cambio de productos	40.0
d. Menos fallas en la programación	55.0
II. Reducción del consumo de materiales por:	
a. Nuevos diseños del producto con menos insumos	10.0
b. Disminución de desperdicios	75.0
c. Disminución de rechazos por falta de calidad	75.0
d. Disminución de productos reprocesados	50.0
III. Automatización de procesos	
a. Automatización de puestos de trabajo	20.0
b. Automatización de inspección de calidad en puestos de trabajo	35.0
c. Automatización en el manejo de materiales	15.0
d. Automatización de secuencias de producción	55.0
e. Automatización de sistemas de información y control de procesos	50.0
IV. Introducción de tecnología para contrarrestar la contaminación ambiental	35.0

Fuente: Elaboración propia con base a datos obtenidos de la encuesta a la industria maquiladora.

18 Para una mayor ampliación sobre este tema ver Govindarajan, Vajay y Shank, John K. "Gerencia Estratégica de Costos. La nueva herramienta para desarrollar una ventaja competitiva". Grupo editorial Norma, 1995

Cuadro No. 26
Desarrollo interno de la organización

Contribución a la Organización Interna	%
I-Enriquecimiento social de las tareas	
a. Introducción de círculos de calidad	40.0
b. Introducción de equipos de trabajo	55.0
c. Aplicación de incentivos materiales	65.0
II. Remuneración	
a. Cambio en el sistema de remuneración	20.0
b. Aplicación de incentivos monetarios	95.0
III. Participación	
a. Introducción de programa de sugerencias de los trabajadores	60.0
b. Compartir más información técnica y económicas con los trabajadores	30.0
IV. Condiciones de trabajo	
a. Programas para aumentar la seguridad en el trabajo	75.0
b. Programas de ergonomía	45.0

Fuente: Elaboración propia con base a datos obtenidos de la encuesta a la industria maquiladora.

Cuadro No. 27
Principales fortalezas de las empresas

Principales Fortalezas	%
I-Proveedores	
a. Por disminución de tiempos de entrega	60.0
b. Por mayor frecuencia de entrega	40.0
c. Por asistencia técnica	25.0
d. Por subcontratación de actividades y de servicios	20.0
II. Cliente (Consignatario)	
a. Por disminución de plazos de entrega	70.0
b. Por disminución de reclamación de consumidores	40.0

Fuente: Elaboración propia con base a datos obtenidos de la encuesta a la industria maquiladora.

70% de los entrevistados ha disminuido los plazos de entrega al cliente y el 60% ha acortado los tiempos de entrega de los proveedores. Estos resultados confirman la implementación del análisis de la cadena de valor en la industria maquiladora.

CONCLUSIONES

La principal ventaja competitiva del país en maquila radica en la elaboración de prendas de tejidos de punto, la cual no requiere de mucha especialización en mano de obra ni en maquinaria. Siendo el

reto traer industrias orientadas al tejido plano.

La principal cadena productiva instalada en el país es la Buyen - driven con predominio en lo textil y confección. Dentro de ésta se tiene en mayor medida las comercializadoras de ropa y los fabricantes de ropa de marca, siendo esta última la mejor estrategia a seguir para lograr transferencia de tecnología, capacitación de la mano de obra, generación de valor agregado, entre otros; siendo el principal paso para la maquila orientada al desarrollo de marca.

Los incentivos regionales muestran que El Salvador es el país con menores incentivos no fiscales tales como: búsqueda de materia prima, capacitación laboral, facilidades en

la instalación de viviendas para ejecutivos extranjeros, entre otros. Hecho importante es que estos incentivos no fiscales se orientan más a los trabajadores brindando así a los empresarios mano de obra mejor calificada.

De acuerdo a investigaciones precedentes el nivel de escolaridad solicitado, a nivel obrero por la industria maquiladora eran seis años de escolaridad, equivalentes a primaria. Actualmente se constató que éste nivel ha sido incrementado, al solicitar la industria bachillerato, tercer ciclo y primaria; este último tiene un bajo peso relativo en la selección de personal de las empresas.

El crecimiento que ha logrado la industria maquiladora ha incentivado a la iniciativa privada para la construcción de corredores industriales así como el incremento de los recintos fiscales.

La principal rama de industria maquilera es la textil y, el mayor número de empresas son de origen estadounidense.

La maquila ha posibilitado una mejora en la cuenta corriente, se tiene que para el año 2000 la actividad ha superado los ingresos en divisas que aporta el café y el azúcar.

El mayor porcentaje de mano de obra obrero lo ocupan las mujeres con 81%. Estructura similar a investigaciones previas y, es el principal puesto de trabajo que demanda la industria al tener 94% de peso respecto al total de empleos generado por dicha actividad; le siguen personal de oficina (2.4%) y luego supervisores y técnicos de planta. Esta estructura es lógica dado el tipo de maquila que se ha instalado en el país, la cual no requiere mano de obra especializada, sino destreza y habilidades manuales, así como una mayor supervisión.

En cuanto a la remuneración de la mano de obra la industria maquiladora esta ofreciendo mayores salario, según investigaciones anteriores.

Uno de los principales factores para la contratación de personal es el lugar de residencia y una mayor flexibilidad laboral. El dominio del idioma inglés fue el tercer factor en importancia, resultado acorde a los mayores niveles de escolaridad demandados por la industria.

Con respecto a los principales obstáculos que enfrenta la industria maquiladora luego de contratado el personal es la falta de responsabilidad en los trabajadores (65%), seguido de la deficiente calificación del trabajador (60%) y, la falta de iniciativa en los puestos de trabajo con 55%.

La principal estrategia de comercialización que tiene la industria es la puntualidad en la entrega, elemento fundamental para la maquila textil, seguidos de la calidad de los productos maquilados y el precio.

Para la toma de decisiones estratégicas los tres principales factores sobre los cuales la industria local tiene poca participación son la compra y elección de materia prima, los productos que fabrica y la estrategia de ventas. Sin embargo, se encuentran altos niveles de injerencia en la contratación y selección de personal, maquinaria utilizada y prestaciones laborales.

La principal característica de los procesos productivos de la industria

fincada en el país es la de pocos productos diferentes, grandes cantidades, seguido de la fabricación de un solo producto. Aspectos que muestran un proceso productivo rígido y poca flexibilidad de la mano de obra y de la planta en la adaptación de cambios en éste.

La principal característica de éxito en la comercialización ha sido la disminución de rechazos por falta de calidad, seguido de la disminución en los desperdicios y una mayor automatización de información y control de procesos.

Otro factor determinante para la comercialización y mejoras en el proceso productivo, han sido los programas de calidad total, trabajo en equipo, mejora continua, programas de seguridad industrial y el contar con manuales y procedimientos, lo cual ha permitido a muchas empresas pasar de un grupo de trabajo a formar parte de equipo de alto desempeño tal como el trabajo en células.

En cuanto a la transferencia tecnológica, la mayoría de empresas que se han instalado en el país no se caracterizan por tecnología de punta, sin embargo el desarrollo de la capacidad productiva de las plantas responde a programas relacionados con diferentes modelos de organización en las líneas de ensamble. Dentro de los programas implementados se tienen la disminución de tiempos muertos y, reducción en el consumo de material por una disminución en los desperdicios y en los rechazos por falta de calidad.

La principal herramienta de contribución en la organización es la aplicación de incentivos monetarios, el aumento en los programas de seguridad industrial, la aplicación de incentivos materiales y los programas de sugerencia de los trabajadores.

Las principales fortalezas en la producción se observan por la disminución en los tiempos de entrega a los clientes observando igual comportamiento por parte de los proveedores, lo cual refleja una disminución en los costos por alianzas con proveedores y clientes.

Otro factor importante que se observó principalmente en la plantas de origen norteamericano, es que cuando estas decidieron trasladarse al país, identificaron dentro de sus trabajadores a los de origen salvadoreño, muchos de ellos inmigrantes que ocuparon cargos de dirección en Los Estados Unidos. Este hecho ha possibilitado que se trasladen procesos completos al país, favoreciendo la transferencia tecnológica.



Bibliografía

- * ABREU, Alfonso, y otros, Las zonas francas industriales en República Dominicana El éxito de una Política Económica. Centro Internacional para el Desarrollo Económico, Ediciones del Centro de Orientación Económica, Santo Domingo, República Dominicana, 1989. 206 pp.
- * Banco Central de Reserva de El Salvador, Boletín Económico, varios números, San Salvador, El Salvador, 1991-1995.
- * Banco Central de Reserva de El Salvador, Revista Trimestra, varios números, San Salvador, El Salvador,
- * Banco Central de Reserva de El Salvador, Guía del Exportador, San Salvador, El Salvador, 1989, 1991, 1996.
- * Banco Central de Reserva de El Salvador, Gerencia Internacional, "Manual Para La Exportación de Textiles y Prendas de Vestir hacia Estados Unidos de América", abril 1996. Pág. 79
- * Banco Central de Reserva de El Salvador, "Como exportar con éxito hacia Estados Unidos", Curso impartido por International Consulting & Training for Productivity Corp. (INCAT), 27 de febrero al 1o. de marzo/1989, Pág.57 - 62
- * Banco Central de Reserva de El Salvador, Memoria de labores 1980 XLVII ejercicio pág. 2
- * Banco Nacional de Comercio Exterior, México "Los gerentes de las maquiladoras como agentes de endogeneización de la industria" Revista de Comercio Exterior Vol. 47, Núm.8, agosto 1997, Pág.670-679
- * Banco Nacional de Comercio Exterior, México "Las maquiladoras de cara al 2001" Revista de Comercio Exterior Vol. 49, Núm.9, septiembre 1999, Pág.701-858
- * Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). "La Inversión extranjera en América Latina y el Caribe, 1999", Pág. 179-207.
- * Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). "Incentivos tributarios, ahorro e inversión en Centroamérica", 214 Págs.
- * DERRAS, José cornelio, "El Sistema Generalizado de Preferencias y su utilización en El Salvador", Boletín del BCR, No.86, agosto 1995, Pág.1.
- * Destination El Salvador, "Free Zones and Bonded Areas", Salvadorean Intitute of Tourism, San Salvador, El Salvador, C.A. 1996-97
- * ESCOBAR THOMPSON, Francisco, Análisis de la Maquila en El Salvador, Panel Foro realizado por la Fundación Obrero Empresarial Obrera (FOES), San Salvador, El Salvador, julio 1995.
- * Fondo Monetario Internacional y Banco Mundial, Revista Finanzas y Desarrollo, El Estado en un mundo de transformación, septiembre 1997. Pág. 17 -35
- * Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES) Boletín No. 64 (marzo 1991): "Zonas Francas en El Salvador". El Salvador.
- * GITLI, Eduardo. "La industria maquiladora en Centroamérica". Informe para el Seminario Subregional de Empleadores de Centroamérica y República Dominicana, Guatemala, 21-22 de abril de 1997. Pág.1
- * GITLI, Eduardo y Arce, Randall. "El ingreso de la china a la OMC y su impacto sobre los países de la Cuenca del Caribe". Costa Rica, septiembre 2000.
- * GITLI, Eduardo. Y Arce, Randall. "El marco institucional local de la industria maquiladora en la Cuenca del Caribe frente a los cambios en el entorno mundial". Costa Rica, octubre 2000.
- * ICAZA LONGORIA, Pablo Alvarez. "Marco Teórico de La Industria Maquiladora de Exportación". Revista Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. Volumen, 43, Núm.5. Mayo de 1993.
- * LARRY, Willmore "Maquila en el Caribe: La Experiencia de Jamaica", Revista CEPAL No. 42, abril 1994.
- * MOCTEZUMA, Ariel y MUNGARAI, Alejandro, "Subcontratación entre maquiladoras y pequeñas empresas en México", Banco Nacional de Comercio Exterior (febrero/1997), volumen 47, Num. 2 México, D.F.
- * Organización Mundial de Comercio (OMC), Informe completo del Organo de Supervisión de los textiles al Consejo de Comercio de Mercancías acerca de la aplicación del Acuerdo sobre los Textiles y el Vestido durante la primera etapa del proceso de integración., G/L179, 31 de julio de 1997, Págs.179-180 (97-3288)
- * Organización Mundial de Comercio (OMC), Examen de las políticas comerciales Chile, Informe de la Secretaría, documento WT/TPR/S/28 del 7 de agosto de 1997 (97-3303). Documento de uso restringido. Pág.68.
- * Organización Mundial de Comercio (OMC), Examen de las políticas comerciales Estados Unidos, documento WT/TPR/M/56 del 11 de agosto de 1999 (99-3404). Págs. 3-117.
- * Organización Mundial de Comercio (OMC), Tratado General de Integración Económica Centroamericana, Informe bial sobre el funcionamiento del acuerdo, documento WT/REG93/R/B/1 del 27 de marzo de 2000 (99-3404). Págs. 2-11.
- * QUINTANILLA, R. Ernesto. "Tendencias Recientes de La Localización en La Industria Maquiladora". Revista Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. Volumen, 41. Núm. 9, México, septiembre de 1996.
- * SALAVERRIA, Miguel Ángel, "Zonas Francas", Newsletter, American Chamber of Commerce of El Salvador (AMCHAM), San Salvador, El Salvador, Mayo 1995.
- * UNCTAD/OMC, "Guía de la Ronda Uruguay para la Comunidad Empresarial", Centro de Comercio Internacional y Commonwealth Secretariat, Ginebra, Suiza, 1995, Pág.31
- * ZAPATA, Ricardo y DUSSEL PETERS, Enrique " Las Exportaciones Centroamericanas a Estados Unidos, 1990-1994." Revista Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C, Volumen No.46 Núm.4, México, abril de 1996.