

**LA MODALIDAD DE MAQUILA COMO ALTERNATIVA DE GENERACIÓN DE
EMPLEO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA**

**DIEGO JOSE OTERO GENES
BIGLENIS MARIA ZUÑIGA BARBOSA**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARTAGENA D.T. Y C.**

2003

**LA MODALIDAD DE MAQUILA COMO ALTERNATIVA DE GENERACIÓN DE
EMPLEO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA**

**DIEGO JOSE OTERO GENES
BIGLENIS MARIA ZUÑIGA BARBOSA**

Monografía de Minor en Negocios Internacionales 2002-2003

**Director
Economista Amaury Jiménez Martínez**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARTAGENA D.T. Y C.**

2003

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	9
OBJETIVOS	11
1. GENERALIDADES DE LAS MAQUILAS	13
1.1 DEFINICIÓN DE MAQUILA	13
1.2 TIPOS DE OPERACIONES QUE REALIZAN LAS MAQUILAS	15
1.2.1 Maquila	15
1.2.2 Submaquila	15
1.2.3 Plantas gemelas	16
1.2.4 Maquila por capacidad ociosa	16
1.3 MODALIDADES DE MAQUILAS	16
1.3.1 Maquila pura o Duty Free	16
1.3.2 Programa Albergue o Shelter	17
1.3.2 Subcontratación o Subcontracting	17
2. CONTEXTO DE LAS MAQUILA	18
2.1 MAQUILAS A NIVEL GLOBAL	18
2.2 LAS MAQUILAS EN AMÉRICA LATINA	21

	Pág.
2.3 LAS MAQUILAS EN COLOMBIA	23
3. PANAORAMA ACTUAL DE LAS MAQUILAS	26
4. ANALISIS DEL LA IMPLANTACION DE MAQUILA EN CARTAGENA DE INDIAS	33
4.1 FORTALEZAS	34
4.1.1 Generación de empleo	34
4.1.2 Incremento del producto industrial	35
4.1.3 Valor agregado de las exportaciones	36
4.2 OPORTUNIDADES	36
4.2.1 Capacitación de la mano de obra	36
4.2.2 Desarrollo de la ciudad	37
4.2.3 Fortalecimiento de las relaciones internacionales	37
4.3 DEBILIDADES	38
4.4 AMENAZAS	40
5. EJEMPLOS DE ALGUNOS PAISES EN LOS QUE SE HAN ESTABLECIDO MAQUILAS COMO FORMA DE PRODUCCION	42
5.1 EXPERIENCIA DE LA MAQUILA EN COSTA RICA	42
5.2 EXPERIENCIA DE LA MAQUILA EN EL SALVADOR	45
5.3 EXPERIENCIA DE LA MAQUILA EN LA UNION EUROPEA	50
5.4 EXPERIENCIA DE LA MAQUILA EN MEXICO	52
5.5 EXPERIENCIA DE LA MAQUILA EN GUATEMALA	55

	Pág.
6. GENERALIDADES DE LAS ZONA FRANCAS	63
6.1 QUE ES UNA ZONA FRANCA	63
6.2 LAS ZONAS FRANCAS EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL	64
6.3 BENEFICIOS DE LAS ZONAS FRANCAS	66
6.4 ZONAS FRANCAS EN COLOMBIA	70
6.4.1 Clases de zonas francas en Colombia	71
6.4.1.1 Zonas francas industriales de bienes y servicios	72
6.4.1.2 Zonas francas industriales de servicios turísticos	72
6.4.1.3 Zonas francas industriales de servicios tecnológicos	72
6.4.1.4 Zonas francas industriales transitorias	72
6.5 REGIONES MOTRICES DE COLOMBIA	73
6.5.1 Región motriz i – región centro	73
6.5.1.1 Zona franca de Bogota	73
6.5.2 Región motriz II – Región nor. Occidental	74
6.5.2.1 Zona franca de Rionegro	75
6.5.3 Región motriz III – Región metropolitana sur occidental de Colombia	75
6.5.3.1 Zona franca palmaseca – Cali	76
6.5.3.2 Zona franca del Pacifico- Cali	76
6.5.4 Región motriz IV- Región norte	76
6.5.4.1 Zona franca turística de Baru – Cartagena de indias	77
6.5.4.2 Zona franca de la candelaria – Cartagena	78

	Pág.
6.5.4.3 Zona franca turística pozos colorados – Santa Marta	78
6.6 ZONA FRANCA INDUSTRIAL DE BIENES Y SERVICIOS DE CARTAGENA	79
7. CONCLUSIONES	87
BIBLIOGRAFIA	89

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Empleo y maquila	83
Tabla 2. Países Centroamericanos: Relaciones entre el valor agregado por la maquila y el producto interno bruto industrial	84
Tabla 3. Países Centroamericanos: exportaciones totales, no tradicionales fuera del área, a Centroamérica y maquila 1990 - 1996 en millones de dólares y porcentajes	85

LISTA DE FIGURAS

	Pag
Figura 1. Comportamiento histórico del numero de plantas maquiladoras	81
Figura 2. Cifras de países con maquilas en Centroamérica	82

INTRODUCCION

Como tendencia general, las ciudades del planeta, en las últimas dos décadas del siglo XX, se están enfrentando a un fenómeno de reestructuración, que varios estudiosos han coincidido en llamar el ascenso de la ciudad global o la ciudad mundial en una era informacional; en el contexto de una economía nueva tendiente cada vez más a la internacionalización y al desarrollo de la información, caracterizada por la terciarización de la actividad productiva y de la incorporación de la fuerza de trabajo a dicha actividad.

De esta manera, las ciudades aparecen ahora como el lugar estratégico para el desarrollo de circuitos a través de los cuales se constituye la globalización de la economía. Ciertos rasgos como la presencia de fuerte inversión extranjera y los movimientos de capital, el incremento en la producción de servicios avanzados, la localización abundante de oficinas principales, la incorporación en los flujos de información, la reorientación de las tendencias migratorias y la aguda polarización social que se advierten desde las últimas décadas, revelan que en diferentes ciudades desde el establecimiento de la industria maquiladora en sus territorio, se ha consolidado como vínculo articulador de la economía del país con la economía mundial, constatando de esta forma su integración en los procesos de globalización. Las maquiladoras traen inversión para el país, exige el

acompañamiento de servicios como centros de diseño, centros de enseñanza tecnológica, oficinas para firmas de abogados, inmobiliarias, medios de comunicaciones ágiles y eficientes, sistemas de información, etc.

La crisis mundial del gran capital en la década pasada obliga a buscar nuevas formas de revalorización a escala mundial. Una de estas nuevas formas es la creación de empresas maquiladoras en las zonas francas o zonas procesadoras de exportación en los países del tercer mundo, en donde la mano de obra es barata y, además, se otorgan exoneraciones de impuestos y aranceles para facilitar la creación de dichas zonas, sin embargo se debe pensar no solo en las zonas francas sino también en zonas diferentes a estas debido a los futuros cambios políticos y legales que se están adelantando para las zonas francas.

Las características de las décadas pasadas en cuanto a la división internacional del trabajo continúan vigentes, por un lado, los países industrializados y, del otro, los países exportadores de materias primas e importadores de bienes y servicios. Sin embargo, la particularidad a la que ahora asistimos es la reorganización de la producción a escala mundial, que implica la fragmentación de los procesos productivos de diversas ramas en diferentes localizaciones y dentro de un espacio mundial de producción. En otras palabras, la particularidad de la división internacional del trabajo para los países del tercer mundo es la instalación de espacios productivos denominados zonas francas.

OBJETIVOS

GENERAL

Identificar y caracterizar la modalidad de maquilas mediante la descripción a nivel global de este fenómeno con la intención de conocer cual seria su incidencia en la ciudad de Cartagena si se estableciera como una forma de producción.

ESPECÍFICOS

- Definir y caracterizar el fenómeno de las maquilas con la intención de conocer cual es la razón por la cual fueron creadas como una nueva forma de producción ubicada principalmente en las zonas francas.
- Describir el proceso de desarrollo de las maquilas a lo largo de la historia con el fin de conocer la trayectoria que ha tenido esta modalidad de producción.
- Identificar los beneficios y amenazas que las maquilas representarían para Cartagena de manera que podamos establecer en que medida contribuirían al desarrollo económico y social de esta.

- Conocer ejemplos de maquilas en algunos países con el fin de comprender de una manera particular la situación en que se encuentra este fenómeno.
- Conocer las características principales de una zona franca de manera que se pueda establecer cual es la relación que guarda con las maquilas.

1. GENERALIDADES DE LAS MAQUILAS

1.1 DEFINICIÓN DE MAQUILA

Subcontratación internacional que permite que una empresa domiciliada en el exterior se, instale en el país o subcontrate a empresas con el fin de realizar procesos industriales o servicios en forma total o parcial sobre bienes tangibles o intangibles admitidos temporalmente con destino a la exportación.

La denominación "Maquila", proviene del árabe makila (medida de capacidad) y se consignó erróneamente en Centroamérica en una época como industria Drwa. Back (reintegro), concepto estándar aplicado en el mundo con base en una aproximación al procedimiento, puesto que la maquila es un sistema de producción en donde los insumos no cambian de propiedad, sino que son objeto de alguna acción menor o transformación y luego regresan a su lugar de origen, que puede ser entre países o internamente, no significando que tiene que ser de baja paga o salarios inferiores.

Las maquilas son empresas de manufacturación que se instalan en varios países para potenciar el mercado laboral. Gozan de una exoneración total de impuestos

de renta, de IVA, de exportación y de importación de materias primas. Es decir, que el único beneficio que dejan en el país es el salario que les pagan a trabajadoras y trabajadores. Suelen localizarse en zonas francas, aunque cada vez es mayor el número de ellas que se encuentran en cualquier punto de las ciudades y de las periferias siempre y cuando estén aprobadas por los programas nacionales, departamentales y municipales de desarrollo urbano y cuestiones medioambientales. Exportan absolutamente toda la producción y todas trabajan como subcontratistas para grandes multinacionales. A su vez estas subcontratan parte de su producción, con lo cual, la red llega hasta pequeños talleres y domicilios de trabajadores.

Uno de los principales objetivos de las maquilas, ha sido la de contribuir a la generación de empleo de una forma real y efectiva, dado que allí se crean nuevos puestos de trabajo, incluso parte del éxito de muchas de ellas ha sido gracias a la difusión de datos sobre puestos de trabajo.

El número de empleos generados, las condiciones de trabajo y los salarios, dependen de las diferentes actividades económicas desarrolladas en las zonas francas, de acuerdo con las condiciones laborales vigentes en cada país, se debe destacar que a pesar de guardar ciertos rasgos generales, existen diferencias de índole laboral, económico, social y político.

Las primeras maquilas estuvieron en las primeras zonas francas del mundo ubicadas en sitios estratégicos y comenzaron siendo un laboratorio internacional, las primeras estuvieron ubicadas en: Isla de Delfos en el Mediterráneo, Hamburgo, Vladivostok, Marsella (España), Hong Kong, Singapur, Shanon, Colon (Panamá), Iquique (Norte de Chile) y Barranquilla (Zona Caribe de Colombia). Y gracias a su desenvolvimiento a nivel mundial, han generado gran impacto en la generación de empleo, divisas, inversión y producción.

Actualmente existen maquilas en las zonas francas en todo el mundo, pues las naciones son conscientes de su importancia como polos de desarrollo.

1.2 TIPOS DE OPERACIONES QUE REALIZAN LAS MAQUILAS

1.2.1 Maquila. Realización, bajo contrato con una matriz extranjera, de procesos industriales o de servicios, totales o parciales sobre bienes tangibles o intangibles, admitidos temporalmente y con destino a la exportación

1.2.2 Submaquila. Realización, bajo contrato con una empresa maquiladora, de procesos industriales o de servicios, totales o parciales, sobre bienes tangibles o intangibles, admitidos temporalmente, siempre que se trate de un complemento del proceso productivo de la actividad objeto del

programa, para reintegrarlo a la maquiladora que contrató el servicio para su ulterior exportación

1.2.3 Plantas Gemelas. Habilitan a las industrias extranjeras a establecer en el país una planta complementaria a su estructura de producción. Maquiladoras y Plantas Gemelas no son términos idénticos, pues si bien, todas las "plantas gemelas" maquilan, no todas las "Maquiladoras" tienen plantas gemelas en el extranjero

1.2.4 Maquila por capacidad ociosa: a toda persona o empresa establecida y orientada a la producción para el mercado nacional que posea capacidad ociosa en sus instalaciones podrán solicitar la aprobación de un programa de maquila de exportación.

1.3 MODALIDADES DE MAQUILAS

1.3.1 Maquila pura o Duty Free. En el que las matrices proveen de todo el equipamiento administrativo y técnico, tecnología capacitación maquinarias, insumos y componentes inclusive financiamiento y ejerce la administración y el control de la producción y el maquilador provee el servicio y cobra por el mismo.

1.3.2 Programa Albergue o Shelter. Empresas a las que se les aprueban programas maquiladores, que sirven para realizar proyectos de exportación por parte de empresas extranjeras que facilitan la tecnología y el material productivo, pero sin operar directamente dicho proyecto.

1.3.2 Subcontratación o Subcontracting. En el que la maquiladora es propietaria de las instalaciones, maquinarias y equipos ejerciendo su propia administración y control de la producción haciéndose cargo de toda la importación y exportación, recibiendo de la matriz, todas las materias primas, así como los insumos y componentes, con un sistema de facturación por pieza o unidad de producción.

2. CONTEXTO DE LAS MAQUILAS

2.1 MAQUILAS A NIVEL GLOBAL

A través de los años las actividades de las zonas francas, han venido cambiando y adaptándose a las necesidades cambiantes de los tiempos. Hasta los años 60's la actividad de estas zonas era netamente comercial, y a partir de los 60's el concepto de maquila empezó a proyectarse hacia el siglo XXI empezándose a promover la actividad industrial y de servicios, generando actualmente un total de 2'000.000 de empleos en 2.000 zonas francas en el mundo.

Hoy día, se estima que existen en el mundo, aproximadamente 40.000 multinacionales con más de 250.000 filiales, buscando escenarios competitivos que posean una excelente infraestructura, renovación de equipos, adecuadas condiciones y acceso a mercados.

La Oficina Internacional del Trabajo (OIT), señala que las maquilas se encuentran en zonas francas ubicadas sobre todo en América del Norte con 320 zonas francas y Asia con 225, y que su número sigue aumentando en las regiones en

desarrollo, como el Caribe con 51, América Central con 41, Oriente Medio con 39, y en general en todo el mundo.

Por ejemplo, en Filipinas se han instalado hasta ahora 35 zonas francas, pero se han aprobado planes de implantación de 83.

Las maquilas en Estados Unidos, fueron creadas desde 1.934, reformadas en 1.950 y fortalecidas en 1.980. Esto muestra la visión acertada de globalización que ya se tenía en aquella época por parte de los dirigentes empresariales y las políticas económicas de dicho país, quienes percibieron la necesidad de crear formas de producción preferencial, para ir obteniendo ventajas competitivas firmes.

En Estados Unidos se encuentran más de 2700 firmas que operan en 213 zonas francas y mueven anualmente US\$150.000 Millones. El 70% tiene como destino el mercado interno.

En la República Popular China, existen actualmente 124 zonas francas, con más de 10.000 proyectos de inversión, que producen anualmente US\$120.000 millones y se destina el 8% a la exportación.

Es un ejemplo de óptimo crecimiento y competitividad, la zona franca de Tianjin-Teda, con 33 Kilómetros cuadrados, y 128 empresas, US\$10.000 Millones de inversión y una generación de US\$1.350 Millones en exportaciones.

En Asia, podemos citar a la Republica Popular China que cuenta con 124 zonas maquiladoras, muchas de ellas con dimensiones de ciudades industriales y dotadas de infraestructuras comunitarias como establecimientos de enseñanza, transportes públicos y servicios sociales. De idéntica forma, Bangla Desh, Pakistán y Sri Lanka han elaborado ambiciosas estrategias de fomento de las zonas francas.

En África hay 47 zonas francas, de las cuales 14 se encuentran en Kenya.

La isla de Mauricio ha decidido abrir todo su territorio a las manufacturas para la exportación, aplicando una atinada política de gestión de las zonas francas, que con toda probabilidad es el principal factor del crecimiento económico que experimenta este país.

El crecimiento económico de los denominados "tigres de Asia", también fue estimulado por la maquilas ubicadas en las las zonas francas. Durante tres décadas, el estado Malayo de Penang se esforzó con gran éxito por atraer inversiones de calidad en las manufacturas de alta tecnología. El número de fábricas pasó de 31 en 1970 a 743 en 1997, y la fuerza de trabajo ocupada por

este sector de las zonas francas, paso de cerca de 3.000 personas a 200.000 en el mismo período. Análogamente, gran parte del notable desarrollo técnico y financiero de Singapur se sustentó en el aumento sostenido de las inversiones y la productividad en las zonas maquiladoras, que lograron potenciar cuantitativa y cualitativamente la oferta de empleo y establecer los vínculos necesarios entre la economía nacional y la economía internacional.

2.2 LAS MAQUILAS EN AMÉRICA LATINA

Las maquilas cobran una creciente importancia. En México una cuarta parte de la mano de obra industrial (más de 1100.000 obreros / as) trabaja en las 4.079 plantas maquiladoras ubicadas ya no solo en los estados fronterizos con Estados Unidos sino en el interior del país. En este país se han instalado grandes transnacionales japonesas, europeas, canadienses y estadounidenses, que cubren ramas tan variadas como la confección, accesorios y máquinas eléctricas y electrónicas, muebles, automotrices, químicos, alimentos, juguetes, calzados y cuero. En Costa Rica, El Salvador, Honduras, Guatemala, Panamá y República Dominicana las maquiladoras dedicadas a la ramal textil, el vestuario y el montaje electrónico emplean más de 500.000 personas. La mayor parte son de propiedad coreana, taiwanesas y norteamericanas y exportan a Estados Unidos.

En los países centroamericanos y en El Caribe la industria maquiladora despertó grandes expectativas. En Costa Rica, a finales de los años 70, existían procesos similares, pero hasta el 10 de diciembre de 1981, cuando se promulgó la ley 6695, se permitió a estas empresas funcionar en el marco de las Zonas Francas.

También fue necesario crear la ley 5162 de Fomento a las Exportaciones con una serie de incentivos fiscales a las empresas de Comercialización Internacional. Las Zonas Francas vendrían a solventar crisis de desempleo con la instalación de todo tipo de empresas maquiladoras en áreas tradicionalmente más deprimidas de los países.

En la actualidad, los Estados Unidos y México son los operadores más dinámicos de zonas francas, con 213 y 107 zonas respectivamente, muchas de las cuales son complejos de factorías de ensamblaje o "maquiladoras", llamados también contratos de manufactura, agrupadas alrededor de aglomeraciones fronterizas como Tijuana, Ciudad Juárez y Matamoros. Las plantas de maquila de estas localidades son eslabones de cadenas de producción establecidas en el lado mexicano de la frontera entre estos dos países.

La industria de la maquila en México se creó en 1965, como medida de emergencia para reducir el desempleo y hoy día, produce artículos de exportación por valor estimado de US\$5.000 millones al año, lo que corresponde a más del

30% del total de exportaciones de México. Se ha previsto que las inversiones industriales en las maquiladoras se incrementen, especialmente en sectores como la confección y los textiles, a raíz de la eliminación de los aranceles aduaneros prevista en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, denominado NAFTA o TLC.

Otros países del hemisferio occidental están acogiendo un número creciente de zonas maquiladoras, creadas básicamente para abastecer el mercado de artículos manufacturados de consumo corriente en los Estados Unidos y es así como en la República Dominicana hay 35 zonas maquiladoras, en Honduras 15 y en Costa Rica 9,. La OIT cita precisamente a Costa Rica como un ejemplo ilustrativo de la forma en que los países más pequeños y menos poblados pueden sacar provecho de las estrategias de desarrollo de zonas especiales.

2.3 LAS MAQUILAS EN COLOMBIA

No hay duda que uno de los propósitos relevantes del proceso de apertura económica adelantado por gobiernos anteriores fue el de fomentar en nuestro medio las maquilas. Aunque en Colombia no es novedosa por completo esta política, sí ha recibido en el presente un impulso decidido y a fondo. Es un intento por adaptar nuestro engranaje económico a las necesidades cambiantes de las grandes potencias industrializadas, lo mismo que a sus políticas. Se trata de

conectar y moldear nuestro sistema productivo según las exigencias de las transformaciones que sufre la división internacional del trabajo. Más concretamente a lo que algunos han llamado la "redistribución industrial" en el mundo, que otros califican irónicamente como "desindustrialización" de la industria de las metrópolis desarrolladas.

Colombia a inicios de 1991, implantó el modelo de apertura económica y esto le abrió las puertas al mercado internacional, que hasta ese momento había estado cerrado, en razón de que se tenía un modelo de sustitución de importaciones y proteccionista de la industria nacional. Esto se reflejaba en la poca participación de Colombia en los mercados mundiales, a excepción de las exportaciones de productos tradicionales.

Esta situación ampliamente conocida por el gobierno, obliga a la generación de políticas que faciliten impulsar la economía, trazando metas específicas con planes dirigidos a sembrar una actitud de cambio en la mentalidad de los empresarios; buscando que si ya han incursionado en los mercados internacionales, lo hagan con mayor fuerza, y si aun no lo han hecho, tomen las medidas del caso para iniciar su incursión.

Algunas de las principales empresas maquiladoras se encuentran en La Zona Franca de Bogotá la cual está dotada de vías debidamente pavimentadas, fibra

óptica, redes en cada uno de los lotes, Central de seguridad, sala de Videoconferencias, Auditorio, Subestación eléctrica, Planta de Tratamiento, Planta elevadora de agua, el perímetro de Zona Franca (70 hectáreas), además de otros servicios complementarios.

El gran reto de la Zona Franca de Bogotá, es el de convertirse en un importante polo de desarrollo que sirva de motor para la ciudad.

3. PANORAMA ACTUAL DE LAS MAQUILAS

Las maquilas han cobrado una creciente importancia ante una situación de crisis, ajustes estructurales, crecimiento sin precedentes de la pobreza y la conflictividad social, estas han sido presentadas por los gobiernos como la panacea para combatir el desempleo, obtener divisas y transferencia de tecnología. Actualmente las maquiladoras forman parte de una estrategia económica amplia de abrir los países a la inversión extranjera y a la importación de bienes de consumo. Aunque esta estrategia ha creado nuevos trabajos, ha producido también la destrucción virtual de la industria doméstica que no pudo competir con bienes de consumo producidos en la línea de montaje global.

La gran excusa que ponen las multinacionales y los gobiernos para defender el uso de maquilas es que contribuyen a la industrialización del país y a su crecimiento económico. Pero cada vez hay más voces que se levantan negando esto. Aún en las regiones donde están concentradas las maquilas, se puede debatir si en realidad la gente gana más de lo que pierde por una inversión extranjera sin regulaciones ni restricciones. Dado que las empresas de las

maquilas importan casi todos sus insumos y tecnología, es muy poco lo que hacen para crear industrias secundarias.

Los gobiernos centroamericanos hacen alarde de sus cifras de exportación que aumentan fuertemente gracias a la industria de las maquilas, y, según las estadísticas, 6 países de la región (Costa Rica, El Salvador, Guatemala Honduras, Nicaragua y Panamá) exportan más de 3.000 millones de dólares. Sin embargo, la realidad es otra cosa, en el Salvador por ejemplo, en 1996 las maquilas exportaron alrededor de 709,7 millones de dólares, pero, en el mismo tiempo, importaron alrededor de 541,5 millones de dólares. El saldo de estas dos operaciones es de apenas 168,2 millones de dólares, que incluyen arriendo de terrenos, salarios, agua potable, electricidad y mantenimiento de las máquinas. No pagaron impuestos sobre las exportaciones y las importaciones ni tasas comunales o derechos de aduana. Las maquilas no hacen uso de las materias primas nacionales, porque importan todos los insumos ni tampoco transmiten conocimientos y tecnología.

A los efectos de aumentar la competitividad con productos de óptima calidad en los mercados internacionales, se están desarrollando nuevas teorías organizativas

procedentes del Japón, las cuales se basan en el propio modelo cultural de ese país.

Las empresas maquiladoras, todas las nacionalidades confundidas (aunque mayoritariamente estadounidenses y japonesas) se están poniendo a la hora de ese nuevo esquema de flexibilización del trabajo, con la introducción en la producción y gestión del personal de conceptos innovadores tales como los "círculos de calidad", el "control del proceso", la "certificación de las operaciones", el "justo a tiempo" y los equipos de trabajo.

Con la importación de estas nuevas tecnologías blandas (know how), la maquiladora entra en la era de la producción con cero inventario y cero error, lo cual se entiende como la producción de un mínimo necesario de unidades en el menor tiempo posible y con un control total de las incertidumbres en materia de producción (menor cantidad de desperdicios de piezas).

El componente mayoritario de la fuerza laboral de las maquilas es femenino. En México, en 1996, las mujeres conformaban el 58% del personal no especializado,

y en Centroamérica el porcentaje era más alto, alcanzando hasta el 95% en el caso de Panamá.

Los empresarios de las maquilas prefieren mujeres jóvenes, (de 15 años a 25 años) sin hijos, sin experiencia laboral y no embarazadas (en México y El Salvador les exigen certificados de no-gravidez, y el embarazo constituye causa de despido inmediato). Para ellos, la mano femenina debe ser dócil, disciplinada y paciente, con destrezas para realizar determinado tipo de tareas que son extensión de las tareas domésticas y otras que se les ha inculcado a través de los procesos de socialización.

Más allá de estas consideraciones se encuentran razones de orden pragmático: el trabajo femenino aporta mayores ganancias a los empresarios pues reciben salarios inferiores al de los hombres, incluso cuando realizan idénticas tareas.

En Honduras hay un total de 174 empresas que emplean unas 110.000 personas. Las mujeres, por lo general, sufren acoso sexual son sometidas a insultos y vejaciones e incluso a castigos corporales cuando no cumplen con las cuotas de producción

Actualmente el enemigo irreconciliable de las maquilas es el sindicalismo. Su ausencia les permite maximizar las ganancias a costa de la precariedad de la fuerza laboral. Por ello, reprimen las actividades sindicales y elaboran "listas de no recomendables" en las que incluyen a los activistas. Cuando se forman sindicatos que piden mejores condiciones de trabajo, los "inversionistas" amenazan con cerrar la fábrica y marcharse a otro país.

En Guatemala, las maquiladoras emplean a unos 80.000 trabajadores/as. Aunque la violencia en las maquiladoras ha disminuido, existen informes según los cuales los dueños de las fábricas y los empleadores contratan matones y pistoleros para intimidar a los trabajadores, señala el Informe de 2000 sobre violaciones de los derechos sindicales, de la Confederación Internacional de Organizaciones Sindicales Libres, CIOSL.

Rodeado por alambres de púas y custodiada por guardias armados la zona franca industrial Las Mercedes, en Nicaragua, reúne a 19 fábricas taiwanesas, norteamericanas y coreanas. En 1997 se abrió allí una oficina del Ministerio de Trabajo y se han formado algunos sindicatos. Sin embargo, estos encuentran grandes obstáculos para desplegar sus labores pues frecuentemente se amenaza y despide a los dirigentes.

En San Salvador, en donde hay unos/as cien mil trabajadores/as en unas 225 empresas maquiladoras, la situación es parecida. La oficina del Defensor del Pueblo informó que más de una tercera parte de las trabajadoras declararon haber sido maltratadas, más de un tercio amenazadas, el 3% golpeadas y el 3% acosadas sexualmente.

En República Dominicana las violaciones de los derechos laborales son constantes. Para evitar correr con los costos de antigüedad, vacaciones y aguinaldos se despide a las trabajadoras antes de fin de año y se las recontrata pocas semanas después.

Actualmente en la mayoría de los países el trabajo en la maquila es intensivo, repetitivo y peligroso para la salud de los trabajadores, y en particular para la salud de las trabajadoras. Con el fin de sobrevivir con los magros salarios que reciben, mujeres y hombres trabajan días de más de doce horas sin pago adicional por horas extra. Muchas mujeres "eligen" trabajar en el turno de noche para poder estar con sus hijos durante el día. Como resultado, son comunes las enfermedades y problemas relacionados con el estrés.

El uso y deshecho inadecuado de químicos tóxicos, muchos de éstos prohibidos en los EE UU y Canadá, es una de las causas principales de problemas de salud en general y de salud reproductiva en particular. Las mujeres que trabajan regularmente con químicos y solventes, con frecuencia sin ningún equipo protector, se quejan de dolor de cabeza, malestar de estómago, vómito, erupciones en la piel y palpitaciones cardíacas. Las sustancias químicas generalmente no tienen identificación y si la tienen es en inglés.

4. ANALISIS DE LA INPLANTACION DE MAQUILAS EN CARTAGENA DE INDIAS

Cartagena de Indias ha recobrado la importancia económica que merece por su estratégica ubicación en el centro de la cuenca del caribe, su cercanía al canal de Panamá, su localización en la zona intermedia de Centro y Suramérica, entre otras cualidades.

Una economía como la cartagenera solo puede crecer en forma sostenida si su actividad productiva esta integrada comercial y financieramente a la economía internacional, aprovechando al máximo sus ventajas comparativas. De allí la importancia del estudio de la experiencia de Cartagena en la industria maquiladora en la promoción de la exportaciones para el futuro de la ciudad y del país en general.

Muchos estudios han debatido la importancia de las maquiladoras como uno de los motores para el dinamismo de cualquier economía. Los resultados de muchas

investigaciones sobre este tema no son contundentes a favor de una u otra hipótesis, para todos los países y en particular para Cartagena.

El proceso de apertura, asociado al desarrollo en particular de la industria exportadora, y muy en particular, de la maquila no parece enmarcado en un esfuerzo donde la integración juega algún papel, sino que obedece más bien a la nueva realidad internacional, donde la apertura comercial es una de las ideas dominantes. La "desindustrialización" ha dejado aparentemente a la maquila como opción principal de empleo urbano.

4.1 FORTALEZAS

4.1.1 Generación de empleo. El impacto de la maquila industrial, como sector intensivo en empleo se percibe fácilmente en relación al empleo formal. En cuanto a los empleos indirectos, resulta muy difícil efectuar estimaciones. Se puede estimar que por cada empleo en zonas francas se originan 2.5 empleo. Las maquiladoras demandan algunos insumos que no importan, los que tienen un impacto irrelevante sobre el resto de la actividad económica. Por otra parte, son demandantes de construcciones, las que tienen un impacto temporal. Requieren

también servicios profesionales y mantenimiento externo, que tienen mayor valor agregado, pero que en términos individuales no implican grandes cantidades. A su vez, en lugares próximos a las maquilas se instalan una serie de vendedores y de pulperías que crean empleos adicionales. En Cartagena la zona franca está dividida en dos grandes sectores: El sector industrial y el sector comercial. Ambos sectores tienen la infraestructura adecuada (estrictas normas de seguridad, eficiencia de la producción, almacenaje, capacidad física, apoyos y asesorías, beneficios entre otros) para albergar en ella empresas maquiladoras que disminuirían considerablemente la tasa de desempleo de la ciudad. En los países centroamericanos se ha evidenciado un incremento del nivel de empleo a través de los años. (Cuadro 1)

4.1.2 Incremento del producto industrial. Dentro de la producción industrial la maquila cobraría una gran importancia en la ciudad de Cartagena incrementando su producto bruto interno debido a la instalación de nuevas empresas maquiladoras .Los países como Honduras, México, Guatemala , entre otros, los cuales han implantado la maquila como forma de producción han tenido un veloz crecimiento en la producción industrial. (Cuadro 2).

4.1.3 Valor agregado de las exportaciones. Las exportaciones que se realicen desde la ciudad de Cartagena y del país crecerían sensiblemente ya que la industria maquiladora entraría a jugar un papel importante en relación al total de las exportaciones que se realizan en la ciudad y se constituiría en una nueva alternativa para que el crecimiento de estas no solo este sujeto a las exportaciones tradicionales de la ciudad. En Centroamérica en forma general se ubicaría la participación del valor agregado de la maquila en el valor agregado exportado en un porcentaje cercano al 20 por ciento. (Cuadro 3)

4.2 OPORTUNIDADES

4.2.1 Capacitación de la mano de obra. Cuando se instalan maquilas de procedencia extranjera en una ciudad se hace necesario capacitar e instruir al personal en las operaciones que estos realizaran. Esto para Cartagena seria una oportunidad porque se le suministraría al personal nuevas o diferentes técnicas de producción que los harían más competitivo y productivos. Cartagena tiene una zona industrial (Mamonal) que se podría beneficiar de estos procedimientos y nuevas técnicas de producción que incrementarían la efectividad y nivel de capacidad de las empresas ubicadas en esta zona.

4.2.2 Desarrollo de la ciudad. La implantación de maquilas permitiría el crecimiento urbano de la ciudad, así como también un mejor nivel de vida de sus habitantes. Por lo general las empresas maquiladoras contribuyen al desarrollo de la ciudad en aportes sociales, educativos y económicos que beneficiarían a la población más necesitada mejorando su calidad de vida.

4.2.3 Fortalecimiento de las relaciones internacionales. Otro aspecto muy importante en toda organización son las relaciones que esta tiene y mucho más si son en el ámbito internacional. Porque es sabido que Cartagena en muchas ocasiones acoge a infinidad de gente que viene de diferentes partes del mundo, ya sea de vacaciones, por negocios o por cualquier evento de carácter nacional o internacional. Es por esto que la ciudad al contar con empresas maquiladoras dentro de su zona franca le daría una oportunidad mas para ampliar sus contactos y relaciones con los diferentes países de procedencia de las maquiladoras, también es muy importante el hecho de conocer las diferentes culturas de estos países, ya que esto podría facilitar la realización de muchos negocios y abriría las puertas para la colocación de bienes y servicios a la hora de exportar hacia esos países.

4.3 DEBILIDADES

Un aspecto lamentable que traería consigo el desarrollo de las maquilas en Cartagena es que en ellas se relega a los trabajadores de ambos sexos a unos puestos mal retribuidos y de escasa cualificación. Como se les considera reemplazables, sus problemas encuentran escaso reflejo en las relaciones laborales y sociales. En todo el mundo, la población empleada en las zonas maquiladoras, suele ser mayoritariamente del sexo femenino y en algunos sectores, como el textil, la industria de la confección y el montaje de artículos electrónicos, las mujeres pueden constituir hasta el 90% o más de la fuerza laboral.

A continuación presentamos cinco factores que llevan a este estado de cosas poco satisfactorio:

- Las zonas maquiladoras atraen especialmente industrias intensivas en mano de obra, como la confección, el calzado y el montaje de componentes electrónicos, en las que se utiliza una tecnología relativamente sencilla y que, por lo tanto, precisan mano de obra poco cualificada. La rotación del personal no constituye un problema, dado que éste se reemplaza con facilidad.

- Los incentivos generosos y los bajos costos de instalación inducen a las industrias de transformación básica a invertir en las zonas francas. Estas empresas suelen carecer de una dirección profesional, especialmente en las áreas de recursos humanos y de gestión. Además, con frecuencia no pueden o no quieren invertir en nuevas tecnologías, ni en la mejora de la cualificación o de la productividad. Asimismo, suelen ofrecer escasos o nulos servicios y prestaciones sociales a sus trabajadores.
- El carácter intensivo en mano de obra de buena parte del trabajo de transformación y montaje lleva a las empresas a basar en buena medida su competitividad en los precios, y siendo los costos de mano de obra un componente importante del costo total, las empresas suelen ver la mano de obra más como un costo que es preciso reducir, que como un activo que deben rentabilizar.
- Son muy pocos los gobiernos que han aplicado políticas orientadas a inducir a los inversionistas en las zonas francas a transferir tecnología y cualificación a la industria y a los trabajadores locales, lo que ha dado como resultado que el valor del capital humano siga siendo escaso.
- Es muy posible que la escasez de estrategias adecuadas de desarrollo de los recursos humanos limite la capacidad de las maquiladoras para aumentar la productividad y crear empleo de calidad.

- Se señala que las relaciones laborales y el desarrollo de los recursos humanos siguen siendo dos de los aspectos más problemáticos del funcionamiento de las zonas francas. De hecho, suelen percibirse de menos unos mecanismos adecuados de mejora de las condiciones de trabajo: El modelo clásico de regulación del trabajo, caracterizado por un marco de condiciones mínimas de trabajo y por la existencia de unos sindicatos libres que negocian con los empleadores unos acuerdos vinculantes, es extremadamente raro en las zonas francas.

4.3 AMENAZAS

El efecto de las empresas maquiladoras que arrastran personal de cualquier lugar, alteraría la producción normal de la ciudad de Cartagena y de la región como la agricultura, el turismo y la ganadería. Se puede constatar el abandono de las labores cotidianas de estos trabajadores por iniciar una aventura en empresas, atraídos por condiciones de trabajo diferentes. Otro factor amenazante es la migración hacia nuestros pueblos de personas con diferentes costumbres, que provocarían aglutinamiento en proyectos de vivienda sin control alguno, y sin ingresos municipales para mejorar los servicios públicos a los ciudadanos. Otro efecto negativo podría ser el aumento en la demanda de servicios más allá de las posibilidades de la ciudad. El abastecimiento del agua potable podría ser un factor

muy importante que habría que tener en cuenta, debido a que las fábricas consumen mucha agua por lo cual se tendría que analizar si el servicio que se puede brindar es el adecuado. A lo anterior se suma, el problema de infraestructura vial que no sería suficiente para absorber el crecimiento del tráfico productivo y de la población

5. EJEMPLOS DE ALGUNOS PAISES EN LOS QUE SE HAN ESTABLECIDO MAQUILAS COMO FORMA DE PRODUCCION

5.1 LA EXPERIENCIA DE LA MAQUILA EN COSTA RICA

En Costa Rica, a finales de los años 70, existía mucha expectativa en la industria maquiladora, pero hasta el 10 de diciembre de 1981, cuando se promulgó la ley 6695, se permitió a estas empresas funcionar en el marco de las Zonas Francas.

También fue necesario crear la ley 5162 de Fomento a las Exportaciones con una serie de incentivos fiscales a las empresas de Comercialización Internacional. Las Zonas Francas vendrían a solventar crisis de desempleo con la instalación de todo tipo de empresas maquiladoras en áreas tradicionalmente más deprimidas del país.

En Costa Rica se maquila una gran cantidad de productos: trajes y ropa interior para hombres y mujeres, calentadores de agua, secadoras de cabello, artículos y material para gimnasia, corbatas, abrigos, transformadores eléctricos, aparatos eléctricos de telefonía, uniformes y un centenar de productos más, entre ellos, las

pelotas de béisbol que usan en las Grandes Ligas de los Estados Unidos. Toda esta producción representa un significativo porcentaje de mano de obra contratada, en aproximadamente ocho parques industriales o Zonas Francas, contribuyendo además a reducir la dependencia de los productos agrícolas tradicionales como café y banano.

Lejos de beneficiar económicamente a los municipios, la maquila los dejó en deuda con las expectativas que generó. No significó un aporte económico, porque el espíritu de su instalación en las Zonas Francas, los aisló de la tributación.

En Costa Rica se exonera el 100% del Impuesto de Renta durante los primeros 10 años de funcionamiento y la exoneración es parcial en los años posteriores. No generan ingresos por patentes o licencias y se le agrega que sus instalaciones por lo general están en parques industriales, que no pagan Impuesto de Bienes Inmuebles.

Las Fortalezas en el caso específico de Cartago, ciudad pionera de Zonas Francas en Costa Rica, es la creación de fuentes de trabajo para hombres y mujeres, con juventud para aprender procesos para ellos desconocidos y que el Gobierno e industria nacional no ofrecen.

Otra fortaleza es la capacidad de ingreso que adquieren los trabajadores, incluso para pagar con mayor efectividad impuestos municipales o para construir una vivienda digna. Hay algunas empresas que apoyan a la comunidad en el arreglo de vías, ayuda a escuelas y colegios o contribuciones específicas, como retribución al uso de piso y servicios municipales.

Entre las Oportunidades está la inserción de la mano de obra en labores desconocidas, que aunque son producidas en serie, obliga al empleado a sujetarse a un rígido sistema de producción. También capacita a los trabajadores en el uso de otros medios para vivir, convirtiéndolos en personas creativas en busca de una mejor calidad de vida.

Como Debilidades de las maquiladoras se puede mencionar la falta de retribución económica a las arcas municipales, que deben ser calculadas en función de su producción total como lo hacen las empresas nacionales a través de su declaración tributaria.

Como Amenazas para los municipios están el efecto de las empresas maquiladoras que arrastran personal de cualquier lugar, alterando la producción normal de los pueblos como la agricultura, agroindustria y ganadería. Se puede constatar el abandono de las labores cotidianas de estos trabajadores por iniciar una aventura en empresas, atraídos por condiciones de trabajo diferentes.

Otro factor amenazante es la migración hacia nuestros pueblos de personas con diferentes costumbres, que provocan aglutinamiento en proyectos de vivienda sin control alguno, y sin ingresos municipales para mejorar los servicios públicos a los ciudadanos.

5.2 LA EXPERIENCIA DE LA MAQUILA EN EL SALVADOR

La primera iniciativa de crear una zona franca en El Salvador (San Bartolo) fue auspiciada por la Agencia Interamericana de Desarrollo (AID) durante el gobierno del presidente Armando Molina. En este período⁴, no obstante al fomento de las zonas francas o zonas libres de exportación, dicha iniciativa no logró crear ningún impacto.

Durante la década de guerra interna en El Salvador, el desarrollo de las zonas francas se paralizó. No sucedió lo mismo en Centro América, observándose una fuerte expansión de las empresas exportadoras. Sin embargo, si comparamos algunos datos (1992) con otros países de la región en, se advierte que en la zona franca operativa de El salvador la dimensión media de las empresas es mucho mayor que la de los otros países, la producción por trabajador es similar al de Costa Rica, el doble de la República Dominicana y aproximadamente el triple de Honduras.

En El Salvador existe una fuerte concentración, sectorial y espacial, de las actividades de la maquila en el sector textil. La concentración en las actividades textiles se encuentra más difundida entre las empresas de capital extranjero: el 88% de las empresas extranjeras se ubican en la maquila textil.

Las empresas se ubican en su mayoría en el área metropolitana, en las ciudades aledañas (Ilopango, Soyapango, Mexicanos y San Martín) y en Santa Tecla. Sólo 6 empresas se encuentran fuera de San Salvador. Esta distribución ha creado problemas de congestionamiento, ya que la mayoría de las plantas maquiladas han sido creadas en los últimos tres años. En efecto, esta situación ha generado incrementos vertiginosos en la demanda por servicios industriales y urbanos (electricidad, agua y transporte) y ha dificultado una adecuada planificación, tanto de los servicios como del territorio urbano de San Salvador.

El 73% de las empresas son de origen salvadoreño. Dicho de otro modo, si se considera que las empresas cuyo origen se desconoce son en su mayoría salvadoreñas, se puede afirmar que ocho de cada diez empresas son de capital nacional.

Respecto a las empresas extranjeras, las coreanas y taiwanesas, concentradas en el sector textil, han realizado sus actividades en el país con el único propósito de utilizar la cuota salvadoreña de exportación hacia los Estados Unidos. Frente a la

competencia asiática, la política comercial de los Estados Unidos otorga diferentes incentivos a las empresas americanas. Esta política busca mantener la competitividad de las industrias intensivas en mano de obra, deslocalizando las partes del proceso de producción intensivas en mano de obra y de menor valor agregado.

El predominio del capital nacional en la planta maquiladora se concentra de manera particular en el alquiler de servicios (mano de obra y maquinaria). En efecto, las empresas de capital salvadoreño son subcontratadas por los fabricantes norteamericanos, dependen de éstos para el suministro de materia prima y la tecnología, para la organización de la producción, el control de calidad y los ritmos de trabajo, a excepción de la contratación de la fuerza de trabajo.

El volumen de empleo por establecimiento es superior en las zonas francas que en el resto de las empresas. Por ejemplo, en el sector textil, mientras que las empresas de la zona franca empleaban un promedio de 586 trabajadores, las empresas situadas fuera de estos parques industriales sólo empleaban un promedio de 242 trabajadores por empresa. En general, el promedio en las zonas francas es de 321 trabajadores por empresa. Esta diferencia se encuentra asociada a la mayor concentración de empresas extranjeras en ese tipo de zonas industriales y a la mayor dimensión de éstas respecto a las empresas nacionales.

Las maquiladoras establecidas tienen una dimensión correspondiente a lo que se conoce como gran empresa, esto es 295 trabajadores por establecimiento.

Respecto a los salarios, según el Instituto Salvadoreño de Seguro social el salario mensual promedio en diciembre de 1994 fue de 1262 colones, se señala además que 16 empresas reportan un salario promedio inferior al salario mínimo legalmente establecido.

En cuanto al valor agregado, según estadísticas del Banco Central de Reserva el valor agregado de la industria maquiladora en 1994 representó un valor de US\$ 97.000 mil, lo que significa una tasa de explotación de 99%. Por último, por mucho que se considere otros gastos, la rentabilidad de esta actividad se sitúa por encima de toda norma internacional de rentabilidad aceptable.

El empleo en las plantas y empresas maquiladoras es mayoritariamente femenino: el 78% del empleo total es femenino. Este mismo porcentaje se alcanza en el sector textil.

El promedio de las trabajadoras tienen un nivel de escolaridad de sexto y noveno grado y aproximadamente el 26% tienen un nivel de bachillerato, encontrándose muy por encima del promedio del trabajador nacional. Sin embargo, la diferencia de niveles educativos (desde trabajadoras analfabetas hasta bachilleres) no

significa ninguna diferencia respecto a las condiciones trabajo. La maquila no ofrece ninguna posibilidad de promoción interna en la empresa (salvo el puesto de supervisoras), los niveles de ingreso están vinculados a las destrezas y habilidades manuales y no a los conocimientos o capacitación profesional de las operarias. Los cursos para el manejo de las máquinas textiles en la maquila, que duran entre tres y quince días, no tienen como objetivo el entrenamiento formal de la mano de obra, sino identificar las habilidades y destrezas de las candidatas a un puesto de trabajo

Una practica común de las empresas de la maquila es despedir a las trabajadoras al finalizar el año, la finalidad es de reducir los costos salariales (vacaciones y aguinaldo) correspondientes al pago por antigüedad. Asimismo, es norma generalizada despedir a una parte de la plantilla en función de la variación de la demanda de trabajo de los subcontratistas. En consecuencia, se producen importantes fluctuaciones estacionales en materia de empleo por dos razones:

- Muchas de las empresas despiden a un número indefinido de trabajadores(as) cuando se acerca el fin de año, los que serán nuevamente contrata dos semanas después.
- Cuando se reducen los “stocks” de piezas a componer, se despide a una parte de la plantilla, en algunas empresas se despiden a los de más reciente contratación y en otras, por diversos motivos.

5.3 LA EXPERIENCIA DE LA MAQUILA EN LA UNIÓN EUROPEA

La Unión Europea presenta esquemas de "producción compartida" (conocidos como esquemas "Outward Processing Trade", OPT), similares a los de Estados Unidos. Este régimen de maquilado - visto como un esquema de importación de la Unión Europea (UE) - permite la exportación temporal de bienes para someterlos a procesos de ensamblaje o transformación, y ser posteriormente importados con exención del pago de aranceles. Los beneficiarios, deben ser ciudadanos o compañías europeas y además debe haber previa autorización de la Comisión Europea. En 1994 se introdujo una reformulación a los esquemas de maquilado, según el cuál aquellos bienes que se exporten para ser sometidos a procesos de ensamblaje, deben ser productos de la UE, con no más de 14 por ciento de valor importado.

En Europa, los regímenes de producción compartida, han tomado una orientación "Oeste-Este" en la década de 1990. Esto es, desde los países de la unión europea hacia los del Centro-Este europeo, debido a que allí se han combinado factores tales como liberalización económica, proximidad geográfica, buen transporte, fuerza de trabajo calificada, salarios competitivos y compromisos para la modernización y la inversión. Estas son las principales razones por las cuales se ha dado esa fuerte expansión de los esquemas de maquilado en Europa en la presente década, ya que es posible encontrarlos desde la Segunda Guerra

Mundial. Los productos principalmente sometidos al ensamblaje en los países del CE son las prendas de vestir, calzado, los componentes y partes para equipos de transporte y equipo electrónico.

Entre 1991 y 1994, las importaciones de la unión europea realizadas bajo el régimen de producción compartida, crecieron en 34 por ciento. Más de la mitad (53 por ciento) de este crecimiento se debe al incremento de la importación de maquila realizadas por Alemania. En conjunto, con Francia e Italia, estos tres países explican el 81 por ciento de las importaciones de maquila realizadas por la UE.

Desde el punto de vista de la oferta, Polonia, República Checa, Hungría y Slovakia (Visegrád States) son los países hacia donde más se dirigen los contratos de maquila de Alemania, concentrándose los principales productos en las ramas de textiles y vestuario. Francia, por su parte, tiene vinculaciones con otros países desarrollados como Estados Unidos y Suiza, en donde se llevan a cabo operaciones de ensamblaje de componentes microelectrónicos, principalmente. Las importaciones OPT desde estos países crecieron en 59 y 45 por ciento entre 1991 y 1994, respectivamente. Contrariamente, las importaciones de Italia bajo esquemas de maquila, desde países desarrollados, decrecieron. Ese descenso, sin embargo, fue más que compensado por las importaciones realizadas desde Malta, principalmente de semiconductores.

5.4 LA EXPERIENCIA DE LA MAQUILA EN MÉXICO

Aunque las plantas maquiladoras de montaje operan en la región de la frontera de EE UU y México desde tres décadas antes de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLC), la experiencia de la maquiladora fue un anticipo de lo que el TLC reservaba para el pueblo mexicano. Lo que comenzó como un programa de excepción restringido a la región de la frontera, se convirtió eventualmente en el elemento central de la estrategia económica del gobierno mexicano orientada a la exportación. El programa permite a las empresas extranjeras importar partes para ser ensambladas por trabajadores mexicanos, siendo el producto final re-exportado casi sin tarifas. Hoy en día, hay alrededor de 4.000 plantas maquiladoras de montaje, que emplean a 900.000 trabajadores mexicanos y que producen de todo, desde partes de automotores a aparatos de televisión a jeans (Grafica 1). El 81 por ciento de las maquiladoras de México están localizadas en parques industriales en la zona de 3.000 millas de frontera con los EE UU. Sin embargo, las empresas multinacionales están cada vez más estableciendo maquilas en otras partes del país. Desde la firma del TLC, ha habido también un incremento en la inversión extranjera en el sur de México en la industria del vestido para exportación (Figura 1). Muchos mexicanos temen que el TLC convierta a México en una enorme zona de maquilas.

En Norteamérica conocemos los nombres de las empresas que han mudado sus operaciones o contratado parte de su producción en las zonas de maquila: General Electric, General Motors, Matsushita (Panasonic), Chrysler, Hallmark Cards, Ford Motor, Sony, Mattel, Hasbro, Hyundai, Converse, etc.

Aunque algunas firmas canadienses han invertido en las maquilas mexicanas, en particular del sector de partes de automotores, la mayor parte de las maquiladoras son de propiedad estadounidense o japonesa. Recientemente, ha habido también un aumento de la inversión coreana en el área de Tijuana. Sin embargo, el hecho de que muchas multinacionales basadas en EE UU, como General Motors y Ford, producen en la actualidad en Canadá y en México, significa que el futuro de este país está ligado con el destino de los trabajadores y comunidades mexicanas.

En México, las maquiladoras forman parte de una estrategia económica amplia de abrir el país a la inversión extranjera y a la importación de bienes de consumo. Aunque esta estrategia ha creado nuevos trabajos, ha producido también la destrucción virtual de la industria doméstica que no pudo competir con bienes de consumo producidos en la línea de montaje global.

Aún en las regiones donde están concentradas las maquilas, se puede debatir si en realidad la gente gana más de lo que pierde por una inversión extranjera sin regulaciones ni restricciones. Dado que las empresas de las maquilas importan casi todos sus insumos y tecnología, es muy poco lo que hacen para crear industrias secundarias.

Las empresas de las maquilas pagan casi nada de impuesto, y lo poco que hacen va a parar al gobierno central; los gobiernos locales no tienen la capacidad de proporcionar los servicios mínimo, como agua potable, electricidad, pavimento y servicios sanitarios a la creciente población precaria habitada por los trabajadores de las maquilas y sus familias.

El salario promedio del trabajador mexicano de la maquila es US\$50 a 60 por semana, en una región donde el costo de vida es tan alto como en la parte estadounidense de la frontera.

.En México, el 70 por ciento de los trabajadores de la maquila son mujeres, la mayoría de ellas entre las edades de 16 y 24. Para la mayoría, la maquila es su primera experiencia de trabajo remunerado.

En México, la mayoría de las maquilas organizadas están representadas por sindicatos controlados por el gobierno. Se negocian acuerdos colectivos sin la participación de los miembros del sindicato. En muchos casos, los términos de dichos acuerdos eliminan derechos y beneficios otorgados por la ley. A menudo los trabajadores ni siquiera saben que son representados por un sindicato.

Cuando los líderes de estos "sindicatos oficiales" han demostrado algún signo de independencia, como en el caso de Agapito González en el Estado de Tamaulipas, se convierten en blanco de ataques del gobierno.

5.5 LA EXPERIENCIA D E LA MAQUILA EN GUATEMALA

Este caso se aplica en San Pedro Sacatepéquez, donde se produce maquila en confección en la fabricación de ropa, camisas, pantalones, vestidos y todo tipo de prendas de vestir, parte de ello se exporta directamente al mercado de los Estados Unidos.

San Pedro Sacatepéquez se encuentra a 10 ó 15 minutos sobre una carretera asfaltada de la Ciudad de Guatemala. Es un municipio relativamente pequeño, con 31 mil habitantes, el 89% de quienes son de origen Maya Kakchiquel, y a pesar de

la cercanía con la Ciudad Capital, conserva sus costumbres y tradiciones. La mayoría de la población se dedica a la industria manufacturera de la confección, luego al comercio, y en tercer término a la construcción.

En la cabecera municipal está concentrada el 95% de las cerca de 300 maquiladoras, en una área aproximada de cuatro km². El 10% de las empresas logró hacer contratos directamente con empresas de Estados Unidos y están establecidas como empresas formales. Un segundo grupo, de un 30 ó 40%, son empresas informales, no legalizadas, sin patente de comercio, que no tienen contrato directo de producción, sino que son subcontratados con remuneraciones menores, dependen de otra empresa de la Capital. El tercer grupo, que abarca cerca del 10 ó 15%, está exportando pero no bajo el sistema de maquila, sino como proveedores de prendas de confección. Finalmente, se tiene un grupo de empresas que produce para el mercado nacional.

Con estas empresas San Pedro es, después de la Ciudad Capital, el municipio que más divisas genera para Guatemala en concepto de maquila.

El 67% de la población económicamente activa de San Pedro está involucrada en la maquila, son unas 15 mil personas trabajando en estas fábricas, de las que 85% es personal de la localidad y un 15% son vecinos de municipios cercanos atraídos

por las fábricas. El municipio tiene un crecimiento poblacional de 5% anual, pero la población económicamente activa crece al doble, o sea, al 10%.

San Pedro produce en promedio de US\$80.0 a US\$100.0 millones anuales y la tasa de desempleo en el municipio es del 1.7%, técnicamente no hay desempleo, quien no trabaja es porque no quiere hacerlo.

El 98% de los propietarios de las empresas maquiladoras son vecinos de San Pedro, es escaso el capital extranjero, no hay empresarios coreanos como en otros lugares, se trata de un mercado local.

La experiencia en la maquila dura ya 20 años, pero tomó auge en los últimos 10 años. Los talleres o plantas se ubican en grandes casas porque no se planificó el desarrollo urbano, no hubo reglamentación adecuada para este crecimiento, por ello la Cabecera tiene problemas de tráfico, cada vez que llega un trailer para llevar o traer productos el tráfico se congestiona

En promedio trabajan 56 personas por maquiladora, aunque algunas tienen hasta 400 ó 500 empleados. San Pedro es uno de los pocos municipios latinoamericanos en donde no hay discriminación por raza o edad en el trabajo, trabajan hombres y mujeres, indígenas y no indígenas, y hay trabajadores de todas las edades de 15 a 60 años.

Los efectos positivos que ha tenido la actividad maquiladora en el Municipio de San Pedro son el crecimiento económico, hay más fuentes de trabajo y mayores ingresos, lo que trae aparejado el crecimiento urbano.

Por el contrario, entre los efectos negativos está un aumento en la demanda de servicios más allá de las posibilidades de la Municipalidad. El abastecimiento del agua potable es un gran problema, las fábricas consumen mucha agua y el servicio que se puede brindar no es adecuado. A lo anterior se suma, como ya se indicó, el problema de infraestructura vial que no es suficiente para absorber el crecimiento del tráfico productivo y de la población

También se sufre el fenómeno de transculturación, la mayor parte de la población indígena está adquiriendo otras costumbres, se están formando algunas “maras”. Para atajar estos problemas, el gobierno municipal promueve la organización y coordinación continua con el sector empresarial con el propósito de lograr planificar y regular el crecimiento en el municipio y asegurar los servicios. Por ejemplo, en el mercado de San Pedro hay más personas afuera que adentro, porque el espacio no es suficiente.

Un ejemplo de la planificación que se está llevando a cabo, es la construcción de una bodega por empresarios que se asociaron y pidieron permiso en la Municipalidad y la construyeron afuera de la cabecera. También se analiza el tema

de los impuestos que pagan o que dejan de pagar y los efectos que causan en el municipio.

El 22.7% de la población que trabaja en maquila está en extrema pobreza, un 34.4% en pobreza y el 1.3% está en pobreza vulnerable, esta es una etapa transitoria. Pero un 39.9% no son pobres, logran satisfacer sus necesidades

De los que se dedican a otras actividades, el 35.7% sufre pobreza extrema y 31.6% pobreza básica. Esto quiere decir que la maquila sí ofrece oportunidades a los San Pedranos para satisfacer sus necesidades básicas.

Tomando en cuenta lo anterior, desde que tomó posesión la actual administración se comenzó a trabajar con los maquiladores y se conformó una organización con el sector empresarial que tiene por objetivo promover la imagen del municipio y apoyar a las empresas que todavía no tienen contratos directos para que se organicen y obtengan beneficios mayores.

Como existen impedimentos formales para resolver el tema de los impuestos, se llegó a acuerdos con ellos para realizar proyectos prioritarios en conjunto mediante contribuciones. Se determina qué proyecto es prioritario y la Municipalidad aporta una parte y la organización empresarial la otra.

Uno de los resultados es la descentralización de los servicios, el año pasado se inauguró un puesto de salud administrado por la comunidad, quizás sea el primero en Guatemala, no lo administra el gobierno porque los fondos son municipales aunque el gobierno sí aportó una parte.

Ese puesto atenderá a los trabajadores y a la población en general, pero para que los trabajadores sean atendidos las empresas pagan una cuota para el sostenimiento del centro, ese fue el acuerdo con ellos

Este mercado, en parte atenderá las necesidades básicas de la población, y en parte servirá para promover la producción de San Pedro Sacatepéquez, o sea, para atraer inversión en comercio por mayor para que los vecinos de otros pueblos compren directamente su ropa en San Pedro a menor costo y generen naturalmente ingresos para la municipalidad

Se está construyendo un centro de capacitación para calificar la mano de obra de la maquila, para hacerla competitiva, y enfrentar la globalización de la que esperamos no quedar afuera.

Finalmente, está en estudio la construcción de un parque industrial. Ya se cuenta con el terreno de una caballería de extensión, que equivale a 64 manzanas, y se inició la búsqueda de fondos para la construcción. Se necesitan aproximadamente

US\$7.0 millones para construir cinco instalaciones con capacidad para albergar un estimado de mil trabajadores por instalación, es decir, para 5 mil trabajadores. Se incluye el equipamiento complementario como bodegas, cafeterías, parqueos, áreas recreativas, baños, o sea, un parque industrial para relocalizar a los maquiladores que están dentro de la comunidad a un lugar adecuado donde puedan transitar, producir y hacer contratos directos. Las instalaciones serán propiedad mancomunada con la municipalidad. Los empresarios tendrán que organizarse y unirse para pagar el arrendamiento en el parque industrial y éstos serán ingresos municipales.

Es importante destacar que ante la ausencia de precedentes que relacionaran al municipio con las empresas, costó trabajo ganarse su confianza, creían que se les llamaba para cobrar impuestos. Fue necesario convencerlos de la necesidad de coordinar esfuerzos y mejorar los servicios para beneficio final de la población, que en última instancia es la razón de ser de la municipalidad.

Esos avances se lograron a través de la participación comunitaria y de los empresarios, también por el apoyo que brindó el gobierno central. Pero el trabajo no termina allí, también se está en negociaciones con organizaciones internacionales para financiar otros proyectos, proyectos de servicios públicos básicos que son necesarios, sobre todo, para las áreas rurales, que son las que

tienen mayor escasez de agua potable, drenajes, electricidad, mercados, puestos de salud, y todos los servicios básicos.

Se espera formular una planificación para 10 y 20 años, que incluye proyectos como el anillo periférico del municipio, que eviten el ingreso de vehículos pesados de carga a la cabecera, en esta visión se incluyen aspectos no solo de crecimiento económico, sino de desarrollo, que es un tema distinto.

6. GENERALIDADES DE LAS ZONAS FRANCAS

6.1 ¿QUE ES UNA ZONA FRANCA?

Una zona franca es un área del territorio de una nación que goza de un régimen aduanero y fiscal especial, con el fin de fomentar la industrialización de bienes y la prestación de servicios orientados principalmente a los mercados externos y de manera subsidiaria al mercado nacional. Para las operaciones internacionales, las zonas francas se reconocen como parte del territorio nacional, mientras que para las operaciones de comercio con el país se toman como territorio extranjero.

Las zonas francas son instrumentos flexibles que se adaptan a la política económica y generan beneficios rápidos y efectivos al desarrollo económico de las regiones, así como centros de competitividad global, con incentivos tributarios y con una ubicación estratégica para facilitar la Distribución Física Internacional, realizar actividades de almacenamiento, contratos de manufactura, tratamiento nacional y prestación de servicios logísticos .

Igualmente tienen incentivos basados en políticas económicas firmes como son los de: exención de impuestos de importación locales para insumos, exoneración

de impuestos de importación para activos fijos, exención de rentas sobre ingresos por exportaciones, libertad cambiaria en aquellos países donde existen restricciones de este tipo, entre otros beneficios que también ofrecen.

También se pueden generar mecanismos de cooperación empresarial para crear: empresas conjuntas, convenios de aprovisionamiento en el mercado interno, convenios de subcontratación, convenios de fabricación en común, convenios de transferencia de tecnología, convenios de distribución, convenios de utilización conjunta de instalaciones industriales y de servicios.

6.2 LAS ZONAS FRANCAS EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL.

Las zonas francas dentro del contexto internacional, son un instrumento de aplicación universal, que se han constituido en un vector especial de desarrollo en los últimos treinta años. Debido a la globalización de las economías, el contexto universal es el de romper las barreras tradicionales establecidas por los estados para protección de su industria y de su producción de bienes y servicios, considerando como base de su bienestar y desarrollo, el abarcar nuevos mercados y aceptar nuevos productos que regulen los precios internos al consumidor de manera natural. Aprovechando las economías de escala y la curva de experiencia de las empresas que las lleva a obtener costos mas favorables, y por ende precios mas competitivos. Para ello es requerido un alto nivel de

competitividad, tener habilidades estratégicas con respecto a la tecnología, el conocimiento, la infraestructura, la cultura y la mentalidad de los pueblos.

Hoy día, se estima que existen en el mundo, aproximadamente 40.000 multinacionales con más de 250.000 filiales, buscando escenarios competitivos que posean una excelente infraestructura, renovación de equipos, adecuadas condiciones y acceso a mercados.

Las zonas francas en América Latina, , fueron creadas para ser polos importantes de desarrollo industrial y motores de la economía, aprovechando al máximo las ventajas de la región en la cual se ubicaran, y como lógica consecuencia altas áreas generadoras de empleo en la medida en que también generen oportunidades para el mercado internacional.

Casos como el de Costa Rica son clara muestra de que una política económica bien fundamentada encaminada a proyectos de internacionalización de la economía y soportándose en las zonas francas, son exitosos. Este país logro dejar su dependencia de unos pocos productos que tradicionalmente exportaba, para incursionar gracias a la ley de zonas francas en el sector industrial.

Panamá es otro ejemplo exitoso que muestra el impulso que ha tomado el país, gracias a que la zona libre de Colon ha sido un catalizador de los esfuerzos por sacar adelante la economía del país.

Chile ha logrado convertir a Iquique en un centro de comercio internacional muy importante para el norte del país y a su vez ser una despensa para sus vecinos como Bolivia, Perú, Paraguay y el norte de Argentina.

Brasil ha logrado rescatar a Manaus después de la caída que sufrió cuando dejó de ser el centro cauchero por excelencia y ahora se ha convertido en un importante polo de desarrollo del área amazónica, con varios proyectos como ser el centro de Biotecnología de la Amazonia. Adicionalmente es un centro industrial de alta tecnología, con sede de las principales industrias de este sector.

Colombia ha identificado sus cuatro regiones motrices y con una política de zonas francas coherente, esta buscando la generación de empleo y el incremento en su participación en el comercio exterior, después de un cambio en su esquema de modelo económico que tuvo hasta 1991. Ya varias de sus zonas francas muestran resultados positivos que a no dudarlo son aliciente para las que están iniciando.

Todos estos proyectos han sido grandes generadores de desarrollo en cada uno de los países donde se han llevado adelante.

6.3 BENEFICIOS DE LAS ZONAS FRANCAS.

Las zonas francas pueden convertirse en plataformas logísticas de creación y fortalecimiento de las PYMES y por lo tanto es importante definir estrategias que

identifiquen vocaciones empresariales y faciliten la creación de nuevas PYMES; lo cual sería el motor de desarrollo de las regiones, beneficiando tanto al país de localización de las zonas francas como a las zonas de influencia mismas, puesto que obtendrían nuevos usuarios en sus instalaciones.

Consideremos los beneficios y oportunidades que las zonas francas pueden brindar a las PYMES, facilitando su desarrollo, y por lo tanto la creación de empleo.

Las principales dificultades que encuentran las PYMES para su potencial desarrollo, han sido identificadas de la siguiente manera:

- El bajo nivel de formación de sus directivos.
- La carencia de información general y específica sobre sus actividades, competidores y el mercado
- La falta de un adecuado desarrollo tecnológico.

Las PYMES, de manera individual, no tienen las condiciones para afrontar estas dificultades. Por esta razón, es prioritario para las zonas francas proveer este tipo de servicios a las PYMES, generando beneficios a éstas y obteniendo a su vez ingresos adicionales para las zonas francas. Estos servicios pueden ser prestados

por la administración de la zona franca o por otras entidades especializadas como los Centros de Consultoría y de Capacitación.

Por lo tanto es rentable para las zonas francas desarrollar programas tendientes a descubrir nuevos empresarios y personas emprendedoras, así como procurar el desarrollo de las empresas y de los empresarios ya localizados en su área de acción.

Actualmente, el acelerado desarrollo de la informática y de la tecnología de los computadores, y de medios de comunicación, permiten acceso fácil y de bajo costo a las PYMES reduciendo la distancia que las separaba de las grandes empresas respecto de su funcionamiento y competitividad. Sin embargo, es costoso y difícil mantener una base de datos actualizada y validada, además de requerir cierto personal con capacidades técnicas y con habilidad y medios necesarios para conseguir la información requerida. Un servicio de las Zonas Francas sería el de proveer el apoyo informático necesario, de gran utilidad para que las PYMES no sufran limitaciones en sus posibilidades de competencia y crecimiento.

Es frecuente el fracaso de las PYMES por falta de apoyo de especialistas en los variados temas de gestión y de operación de estas empresas. Es usualmente costoso para las PYMES contratar expertos de manera individual. Otras veces no

tienen la información necesaria para saber a cual especialista dirigirse. Esta necesidad podría suplirse desarrollando un servicio que pudiera ofrecerse por las administraciones de las zonas francas o a través de sociedades de consultores agremiados o independientes y universidades.

Por otra parte, se debe considerar que las zonas francas pueden llegar a convertirse en incubadoras empresariales, las cuales tienen la función de facilitar el desarrollo inicial de nuevas empresas y de negocios, proporcionando un lugar físico común y una serie de servicios y ventajas por un período determinado de tiempo que generalmente no sobrepasa los dos años. Las incubadoras multiplican las posibilidades de éxito de una empresa, al otorgarle no solo el espacio físico para sus operaciones sino también otros servicios esenciales a costo bajo. Entre los servicios principales que reciben las empresas se encuentran la asistencia en la gerencia de los negocios, el apoyo en la comercialización de los productos y para la exportación, consultorías, la administración del personal, el apoyo en la gestión financiera y en la elaboración de los planes de desarrollo, etc. Todo esto además de los apoyos de infraestructura propiamente dicha, de secretaría y de aspectos administrativo.

6.4 ZONAS FRANCAS EN COLOMBIA

Colombia es un país que cuenta con ventajas comparativas especiales dentro del contexto del resto de naciones suramericanas, pues posee gran riqueza de recursos naturales, clima tropical favorable y una posición geográfica única entre los países de la región, ya que tiene costas sobre los océanos Atlántico y Pacífico con tres (3) puertos en el Atlántico (Cartagena, Barranquilla y Santa Marta) y uno (1) en el Pacífico (B/ventura), el cual moviliza el 37% de la carga de importación y exportación del país, constituyéndose así en el primero de Colombia. Estas ventajas la convierten en la puerta de entrada a Sur-América.

El gobierno colombiano creó las políticas y definió las zonas francas en el año de 1.979, con el objeto de agilizar los procesos de Distribución Física Internacional, generar fuentes de trabajo y plantear un modelo de desarrollo económico similar al de los países desarrollados del Asia.

Se piensa que se deben reorganizar los distintos sectores de la economía con un pensamiento de beneficio comunitario y social, lo cual motiva a los empresarios colombianos para que busquen alternativas que generen mejoras en los resultados de sus empresas y es así como entidades como La ANDI, La Secretaría de Fomento para las PYMES, el Ministerio de Desarrollo, FENALCO, PROEXPORT, entre otras; están realizando programas y campañas para el

fomento del comercio exterior, principalmente para las exportaciones y en especial dirigidas a las PYMES las cuales generan aproximadamente el 40% del empleo, pues se ha considerado y tenido en cuenta las experiencias en otros países y que esta es la manera ideal de salir de la crisis económica y mantener un desarrollo armónico y estable.

Se debe destacar, que actualmente se está desarrollando un programa de capacitación a PYMES orientándolas hacia una mentalidad exportadora que les permitirá dejar el temor que las acompaña, cuando se trata de conquistar mercados externos. Las PYMES desconocen completamente todos los procedimientos de Logística y distribución física internacional, y es aquí donde el desarrollo de este programa les dará un punto de apalancamiento para realizar las transacciones involucradas en el comercio exterior. El programa se denomina EXPOPYME y consiste en una alianza Gobierno-Universidad, a través de PROEXPORT, y se ha detectado que estas empresas, deberán establecer convenios con organizaciones especializadas en el área de logística y distribución física internacional, dado que desconocen esta área, y no disponen de los recursos financieros y humanos para este tipo de gestión pues no soportarían el alto costo de estas actividades.

6.4.1 Clases de zonas francas en Colombia. A continuación se detallan los tipos de zonas francas que están reglamentadas por la legislación colombiana

6.4.1.1 Zonas francas Industriales de bienes y servicios. Diseñadas para promover y desarrollar el proceso de industrialización y la prestación de servicios destinados principalmente a los mercados externos.

6.4.1.2 Zonas francas Industriales de servicios turísticos. Buscan incentivar la prestación de servicios turísticos, destinados al turismo extranjero receptivo y, de forma subsidiaria, al turismo nacional.

6.4.1.3 Zonas francas Industriales de servicios tecnológicos. Su objetivo primordial es desarrollar empresas de base tecnológica, cuyos productos sean de investigación científica y desarrollo tecnológico, así como nuevos productos y procesos de creación, generación y apropiación de tecnología orientados a la exportación y subsidiariamente hacia el mercado colombiano.

6.4.1.4 Zonas Francas Transitorias. Una zona franca transitoria es creada por decretos y resoluciones públicas. En Colombia este marco legal corresponde a los decretos 1.552 del año 1.992 y al decreto 1.177 del año 1.996 resolución 623 del mismo año. En estas zonas francas transitorias se celebran ferias, exposiciones, congresos y seminarios de carácter internacional, que son de importancia para la economía y el comercio internacional del país. En Colombia, actualmente son zonas francas transitorias, las siguientes:

Feria Internacional de Bogotá, Agroexpo, Compueexpo, ExpoHogar, Feria del libro, Feria de la Construcción, Comunicaciones y celular.

6.5 REGIONES MOTRICES DE COLOMBIA

El país, dado su desarrollo económico ha definido cuatro (4) regiones que se consideran son los polos motores de la economía por excelencia y en estos es donde se encuentran los grandes centros urbanos que acogen aproximadamente al 50% de la población. Aquí tiene sede la gran industria colombiana y por esta misma razón son los centros de atracción para la gran masa de trabajadores tanto de las empresas grandes como. Las medianas y pequeñas.

6.5.1 Región motriz i – región centro. Esta ubicada en el centro del país y allí tiene sede Santa fe de Bogotá, Su clima es ideal para el cultivo de flores, uno de los productos bandera de las exportaciones en los últimos años. En esta región se estima que habitan aproximadamente 9 millones de personas en el área metropolitana.

6.5.1.1. Zona franca de Bogota. Principales sectores productivos: Textiles, Confecciones, Calzado, Flores. Las exportaciones son de US\$200 Millones

anuales y ha generado 30.000 nuevos empleos en 6 años. Genera divisas por US\$200 Millones anuales. Los mercados potenciales son los EE.UU. y la Unión Europea.

En 1991, aprovechando la Ley Marco de Comercio Exterior, un grupo de empresarios, decidieron adelantar el Proyecto denominado Zona Franca de Bogotá, después de evaluar múltiples sitios para su ubicación y adelantar varios estudios, se presentó ante el Ministerio de Comercio Exterior en 1993 la solicitud de declaratoria de Zona Franca para el terreno escogido, de tal suerte que mediante Resolución 0934 de 1993 se declaró como tal a la Zona Franca de Bogotá y se autorizó a la Sociedad Zona Franca de Bogotá S.A.

La primera empresa que se ubicó fue D. F.I. Zona Franca que inició en octubre de 1996, durante 1997, el 15 de marzo se inauguró oficialmente. De aquí en adelante se inicia el desarrollo de la Zona Franca, vinculándose empresas líderes en el desarrollo industrial del País.

6.5.2. Región motriz II- región nor.- occidental. Esta ubicada al nor.-occidente del país y allí está situada la ciudad de Medellín. Sede de la industria textil era colombiana y otros complejos industriales importantes. Habitan aproximadamente 3.5 millones de personas en el área metropolitana.

6.5.2.1 Zona franca de Rionegro. La zona franca de Rionegro está ubicada en el Departamento de Antioquia, municipio de Rionegro, a 5 kilómetros del aeropuerto internacional de Rionegro, a 35 kilómetros de Medellín. Esta zona franca tiene un área de 28.6 hectáreas y el área proyectada a ser construida es de 10.7 hectáreas. El tiempo de desarrollo es de 7 años, con una inversión de US\$6.5 Millones. Los principales sectores industriales son los de Textiles, Confecciones, Calzado, Flores y demás beneficios de tratados y acuerdos comerciales.

Las exportaciones durante los primeros cinco años han sido de US\$100 Millones, y el empleo generado de 13.300 nuevos empleos en 7 años. Ha exportado principalmente a los Estados Unidos y la Unión Europea

6.5.3 Región motriz III– región metropolitana sur-occidental de Colombia.

Esta ubicada al sur-occidente del país y allí tiene sede la ciudad de Santiago de Cali Esta región es muy rica en el sector agrícola, debido a que por su clima, se cultiva el mayor porcentaje de caña de azúcar durante todo el año. Tienen sede las principales empresas multinacionales de productos de consumo masivo y a una hora y media esta el puerto de Buenaventura. En el eje cafetero están los cultivos de café más grandes del país. Igualmente en esta región tiene sede el parque industrial de la Ley Paez y en el cual gozan de beneficios especiales las empresas que se ubiquen en el. Se estima que el área metropolitana esta habitada por 4.5 millones de personas.

6.5.3.1 Zona franca Palmaseca - Cali. Constituida en 1980, esta zona franca esta ubicada a 1 Km. del aeropuerto internacional Alfonso Bonilla Aragón, que sirve a la ciudad de Cali. El área total es de 80 hectáreas, un área administrativa construida de 1.500 Mts², 5 bodegas cubiertas, cada una de 4.000 Mts² aprox., donde se encuentran instaladas las distintas empresas, que realizan sus operaciones de manufactura. Adicionalmente, esta zona franca, cuenta con un patio de 40.000 Mts², aeropuerto.

6.5.3.2 Zona franca del Pacífico - Cali. Ubicada el en municipio de Palmira (Valle) a 15 Kmts de Cali, distante a 5 Kmts del Aeropuerto Internacional Alfonso Bonilla Aragón y a 150 Kmts del Puerto de Buenaventura sobre el Océano Pacífico.

El área total es de 49.9 hectáreas. El tiempo de desarrollo es de 6 años, con una inversión de US\$4.5 Millones. Los principales sectores son: Agroindustria, Plástico, Petroquímico, Siderúrgico y Metalmeccánica. Esta zona franca genera exportaciones por US\$300 Millones anuales. Los nuevos empleos en 6 años llegarán a 25.000 personas. Esta zona Genera divisas por US\$300 Millones anuales.

6.5.4 Región motriz IV– región norte. Ubicada al norte del país, es sede de los tres (3) puertos sobre el mar Caribe. Su potencial turístico es admirable. Es sede

de varias industrias de regular tamaño y aquí se encuentran los yacimientos de Carbón (Complejo del Cerrejón).

En el área habitan aproximadamente 3.0 millones de personas

6.5.4.1 Zona franca turística de Barú - Cartagena de Indias. Esta zona franca está ubicada en la Isla de Barú en el mar Caribe, en Cartagena de Indias. Esta isla es un paraíso turístico de alto potencial aún no desarrollado. El usuario operador es “Barú Bach & Marine Resort”. El área a desarrollar es de 143.1 hectáreas, el área a construir es de 60.000 metros cuadrados (6 hectáreas).

El tiempo de desarrollo es de 10 años, con una inversión de US\$5 Millones y una superestructura de US\$47.5 Millones.

El mercado de ésta zona franca es el sector turístico y se están construyendo los servicios de hoteles, villas, cabañas, mansiones, campo de juegos, etc., con un total de 2.315 habitaciones.

Ha generado 4.500 empleos directos y 6.000 indirectos, en 7 años.

La procedencia turística es de Europa, Estados Unidos, Asia, y del interior de Colombia. Genera divisas por US\$80 Millones anuales.

6.5.4.2 Zona franca de la Candelaria - Cartagena. Ubicada en Cartagena en el Sector del Mamonal, el usuario opera bajo la razón social de “Centro Internacional de Cartagena de Indias”. Tiene un área de 100.4 hectáreas y en diez años se estima construir 79.6 hectáreas, con una inversión total de US\$4 Millones. Los principales sectores productivos son: Textiles, Cuero, Agroindustria, Plástico, Petroquímico, Siderúrgico y Metalmeccánica. Esta zona franca genera exportaciones por US\$280 a US\$560 Millones anuales.

El empleo a generar es de 56.000 puestos de trabajo en los 10 años de desarrollo. Los mercados potenciales, de acuerdo con las ventajas que ofrezcan los convenios de ayuda, tales como: la SGP (Sistema General de Preferencias), CBI, ATPA (Tratado de ayuda para los países andinos con problemas de cultivos ilícitos), generarán divisas por US\$300 Millones anuales, con un impacto fiscal positivo a escala nacional, departamental y municipal.

6.5.4.3 Zona franca turística Pozos Colorados - Santa Marta. Esta zona franca está ubicada en el Mar Caribe, en Santa Marta El área total es de 64.9 hectáreas, con un área a construir de 70.000 metros cuadrados (7 hectáreas).

El tiempo de desarrollo es de 10 años, con una inversión de US\$55 Millones.

El sector de desarrollo corresponde al turístico, prestando servicio de hoteles, villas, cabañas, mansiones, campo de juegos, etc. con un total de 1.050 habitaciones.

El empleo directo generado es de 2.500 personas y 3.000 indirectos.

La procedencia turística es de Europa, Estados Unidos, Asia, y el interior de Colombia. La generación de divisas es de US\$45 Millones anuales.

6.6. ZONA FRANCA INDUSTRIAL DE BIENES Y SERVICIOS DE CARTAGENA DE INDIAS.

El estado colombiano ha autorizado a la empresa privada Zofranca S.A. para desempeñar la dirección, administración y operación de la principal zona franca de Cartagena de indias, cuyo objetivo principal es apoyar el desarrollo del comercio internacional.

La zona franca de Cartagena de indias está dividida en dos sectores importantes: el sector industrial y el sector comercial. El primero está localizado a 14 kms del Centro de Cartagena de Indias y el segundo a 300 mts del puerto principal de la ciudad.

Ambos sectores cuentan con incentivos importantes en materia aduanera, cambiaria y tributaria y de otro tipo como son su infraestructura, servicios públicos, tarifas competitivas que la hacen atractiva para su negocio o inversión.

Las empresas instaladas en la Zona franca Industrial pertenecen a diferentes sectores de la producción, y en especial al sector del procesamiento de productos agroindustriales y petroquímicos. Y los usuarios de la Zona franca Comercial se dedican al almacenamiento de bienes de origen nacional y extranjero para su venta, comercialización o uso fuera del país. Importar para el mercado nacional con el estricto cumplimiento de las formalidades legales de los bienes almacenados, desarrollar las operaciones de almacenamiento y comercialización establecidas y servir de centro de acopio de mercancías.

Figura 1. Comportamiento histórico del número de plantas maquiladoras



Figura 2. Cifras de países con maquilas en Centroamérica



Tabla 1 . Empleo y maquila							
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Costa Rica	n.d.	n.d.	33,198	37,549	44,926	45,212	47,972 (e)
El Salvador	n.d.	n.d.	31,400	n.d.	n.d.	n.d.	38,392
Guatemala	n.d.	n.d.	n.d.	80,000	70,000	54,000	61,800
Honduras	17,500	24,500	33,500	42,000	50,000	65,000	76,423
Nicaragua	-	-	1,313	1,853	5,151	7,343	11,000
Participación de la maquila en el empleo industrial							
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Costa Rica	n.d.	n.d.	16.7%	18.9%	21.8%	23.1%	n.d.
El Salvador	n.d.	n.d.	30.6%	n.d.	n.d.	n.d.	28.4%
Guatemala	n.d.	n.d.	n.d.	58.5%	45.8%	37.9%	n.d.
Honduras	22.3%	25.4%	29.9%	33.5%	35.9%	n.d.	n.d.
Nicaragua	n.d.	n.d.	3.9%	5.8%	16.6%	22.3%	n.d.
Fuentes: Costa Rica: empleo maquila (incluye RAT y ZF) PROCOMER							
	empleo industrial: Estadísticas y Censos						
El Salvador:	Empleo maquila: Fusades y Ministerio de Economía. Empleo industrial: Seguro Social (ISSS)						
Guatemala:	Empleo maquila: Gexpront. Empleo industrial: IGSS						
Honduras:	empleo maquilas: Asociación Hondureña de Maquiladores						
	empleo industrial: Banco Central (incluye solamente empleo de 5 trabajadores ó más)						
Nicaragua:	empleo maquila: Corporación Nacional de Zonas Francas						

Tabla 2. Países Centroamericanos: Relaciones entre el valor agregado por la maquila y el producto interno bruto industrial (millones de dólares y porcentajes)

COSTA RICA							
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Valor agregado maquila	112.3	133.8	166.7	195.4	209.3	268.1	265.2
PIB Industrial	1,100.5	1,122.8	1,380.0	1,448.2	1,543.3	1,721.3	n.d.
Participación	10.2%	11.9%	12.1%	13.5%	13.6%	15.6%	n.d.
EL SALVADOR							
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Valor agregado maquila	22.0	24.9	42.2	70.1	108.4	173.6	213.6
PIB Industrial	995.7	1,173.3	1,405.4	1,553.7	1,786.0	2,034.7	2,272.9
Participación	2.2%	2.1%	3.0%	4.5%	6.1%	8.5%	9.4%
GUATEMALA							
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Valor agregado maquila	38.9	68.3	96.2	105.5	118.7	175.0	n.d.
PIB Industrial	1,142.9	1,408.8	1,533.0	1,636.1	1,896.1	2,065.3	n.d.
Participación	3.4%	4.8%	6.3%	6.4%	6.3%	8.5%	n.d.
HONDURAS							
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Valor agregado maquila	31.6	34.4	61.5	81.9	96.9	132.6	n.d.
PIB Industrial	413.4	444.8	515.2	534.2	508.2	613.1	636.6
Participación	7.6%	7.7%	11.9%	15.3%	19.1%	21.6%	n.d.
NICARAGUA							
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Valor agregado maquila	-	-	2.9	6.1	11.8	27.4	53.1
PIB Industrial	263.7	298.8	306.4	306.5	306.3	312.1	309.5
Participación	0.0%	0.0%	0.9%	2.0%	3.9%	8.8%	17.2%

Fuentes: SIECA para los PIB Industriales

Tabla 3 Países Centroamericanos: exportaciones totales, no tradicionales fuera del área, a Centroamérica y maquila 1990 - 1996 en millones de dólares y porcentajes.

COSTA RICA								TMCA	
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1990-95	
1	exportaciones sin maquila	1,369.4	1,495.6	1,707.7	1,930.4	2,141.6	2,511.2	2,656.1	12.9
2	exportaciones no tradicionales	568.3	551.8	656.6	788.6	898.6	995.2	1,219.3	11.9
3	exportaciones a Centroamérica	134.6	177.8	249.0	270.6	285.9	347.4	390.4	20.9
4	Valor nacional maquila	112.3	133.8	166.7	195.4	209.3	268.1	265.2	19.0
5	Valor total maquila	306.7	411.6	481.1	758.8	764.2	909.8	1,011.8	24.3
6	No tradicionales/exportaciones 2/1	41.5%	36.9%	38.4%	40.9%	42.0%	39.6%	45.9%	-
7	Centroamérica/exportaciones 3/1	9.8%	11.9%	14.6%	14.0%	13.3%	13.8%	14.7%	-
8	valor nacional/exportaciones 4/1	8.2%	8.9%	9.8%	10.1%	9.8%	10.7%	10.0%	-
9	valor maquila/exportaciones 5/1	22.4%	27.5%	28.2%	39.3%	35.7%	36.2%	38.1%	-
10	valor nacional/valor total 4/5	36.6%	32.5%	34.6%	25.8%	27.4%	29.5%	26.2%	-
EL SALVADOR								TMCA	
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1990-95	
1	exportaciones sin maquila	582.2	588.0	597.5	742.0	818.9	1,005.4	1,024.3	11.5
2	exportaciones no tradicionales	113.0	122.2	123.0	136.9	154.5	152.3	155.0	6.2
3	exportaciones a Centroamérica	173.0	193.7	257.3	309.2	340.4	427.3	458.0	19.8
4	Valor nacional maquila	22.0	24.9	42.2	70.1	108.4	173.6	213.6	51.2
5	Valor total maquila	81.1	131.6	198.0	290.1	430.4	646.6	764.9	51.5
6	No tradicionales/exportaciones 2/1	19.4%	20.8%	20.6%	18.5%	18.9%	15.1%	15.1%	-
7	Centroamérica/exportaciones 3/1	29.7%	32.9%	43.1%	41.7%	41.6%	42.5%	44.7%	-
8	valor nacional/exportaciones 4/1	3.8%	4.2%	7.1%	9.4%	13.2%	17.3%	20.9%	-
9	valor maquila/exportaciones 5/1	13.9%	22.4%	33.1%	39.1%	52.6%	64.3%	74.7%	-
10	valor nacional/valor total 4/5	27.1%	18.9%	21.3%	24.2%	25.2%	26.8%	27.9%	-
GUATEMALA								TMCA	
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1990-95	
1	exportaciones sin maquila	1163.9	1201.2	1295.2	1340.2	1502.6	1935.5	2030.7	10.7
2	exportaciones no tradicionales	257.1	299.7	321.4	331.8	364.5	377.4	n.d.	8.0
3	exportaciones a Centroamérica	288.2	324	395.4	417.8	475	565.4	577.9	14.4
4	Valor nacional maquila	38.9	68.3	96.2	105.5	118.7	175.0	183.6	35.1
5	Valor total maquila	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
6	No tradicionales/exportaciones 2/1	22.1%	25.0%	24.8%	24.8%	24.3%	19.5%	n.d.	-
7	Centroamérica/exportaciones 3/1	24.8%	27.0%	30.5%	31.2%	31.6%	29.2%	n.d.	-

8	valor nacional/exportaciones 4/1	3.3%	5.7%	7.4%	7.9%	7.9%	9.0%	n.d.	-
9	valor maquila/exportaciones 5/1	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	-
10	valor nacional/valor total 4/5	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	-
HONDURAS									TMCA
		1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1990-95
1	exportaciones sin maquila	816.2	800.3	771.6	790.9	842.6	1057.1	n.d.	5.3
2	exportaciones no tradicionales	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
3	exportaciones a Centroamérica	22.9	32.2	48.2	51.3	42.4	36	60.7	9.5
4	Valor nacional maquila	31.6	34.4	61.5	81.9	96.9	132.6	n.d.	33.2
5	Valor total maquila	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
6	No tradicionales/exportaciones 2/1	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	-
7	Centroamérica/exportaciones 3/1	2.8%	4.0%	6.2%	6.5%	5.0%	3.4%	n.d.	-
8	valor nacional/exportaciones 4/1	3.9%	4.3%	8.0%	10.4%	11.5%	12.5%	n.d.	-
9	valor maquila/exportaciones 5/1	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	-
10	valor nacional/valor total 4/5	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	-
NICARAGUA									TMCA
		1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1990-95
1	exportaciones sin maquila	340	272.9	225.7	267.4	355.6	537.6	666.8	9.6
2	exportaciones no tradicionales	58.4	41.7	23.1	30.6	54.2	159	291.1	22.2
3	exportaciones a Centroamérica	43.7	51.3	41.7	57.1	83.9	83	97.7	13.7
4	Valor nacional maquila	0	0	2.9	6.1	11.8	27.4	53.1	-
5	Valor total maquila	0	0	n.d.	n.d.	n.d.	89.2	160	-
6	No tradicionales/exportaciones 2/1	17.2%	15.3%	10.2%	11.4%	15.2%	29.6%	43.7%	-
7	Centroamérica/exportaciones 3/1	12.9%	18.8%	18.5%	21.4%	23.6%	15.4%	14.7%	-
8	valor nacional/exportaciones 4/1	0.0%	0.0%	1.3%	2.3%	3.3%	5.1%	8.0%	-
9	valor maquila/exportaciones 5/1	0.0%	0.0%	n.d.	n.d.	n.d.	16.6%	24.0%	-
10	valor nacional/valor total 4/5	-	-	n.d.	n.d.	n.d.	30.7%	33.2%	-

Fuentes: Costa Rica: PROCOMER (la maquila incluye admisión temporal y zona franca). El Salvador: Banco Central de la Reserva.

7. CONCLUSIONES

Luego de haber conocido todo lo relacionado con el concepto de maquila se puede decir que la implantación de estas en la ciudad se facilitaría debido a que esta última cuenta con una infraestructura industrial comercial y portuaria que está representada por la zona franca industrial y de servicios y la zona industrial de mamonal, las cuales serían los lugares más factibles para la ubicación de las empresas maquiladoras por la ventaja que brindan debido a su posición estratégica.

Sin embargo se debe tener presente la posibilidad de establecer las empresas maquiladoras en zonas diferentes a las zonas francas debido a las diferentes políticas que está asumiendo el gobierno, las cuales se están enfocando en abolir las preferencias arancelarias de estas zonas.

Un beneficio importante que esta modalidad traería consigo sería la contribución a la generación de empleo de una forma real y efectiva puesto que allí se crean nuevos puestos de trabajo y no son solo de los que trabajan en las plantas maquiladoras sino también el trabajo que obtienen los talleres y pequeñas

fabricas de la ciudad al ser subcontratadas por las maquiladoras para fabricar partes de la producción que estas deben entregar a las multinacionales.

Una modalidad de maquila que podría establecerse en la ciudad sería la maquila Pura o Duty Free la cual se caracteriza porque las matrices suministran todos los elementos administrativos y técnicos y además el control de la producción y el maquilador solo provee el servicio y cobra por él. Pero para llevar a cabo esto sería necesario tener presente políticas y normas laborales para que no se presenten situaciones como las ya conocidas en las maquilas de Centroamérica donde se presentan abusos y violación de los derechos de los trabajadores.

Para lograr este desarrollo industrial se debería tener en cuenta el hecho de que las maquiladoras en Cartagena se pudieran constituir como un factor de ventaja competitiva para la ciudad y el país, siempre y cuando todo esto vaya asociado a una estrategia nacional de complementación. Y que además se pudiera cambiar la esencia que tienen actualmente las maquilas y lograr pasar de la maquila bajo regímenes legales especiales al concepto de industrias de exportación. Cartagena de Indias debe establecer una política económica bien fundamentada encaminada a proyectos de internacionalización de la economía y soportándose en las zonas francas. De esta forma lograría su independencia de unos pocos productos que tradicionalmente exporta, para incrementar esta cifra a través de las maquilas como forma de producción.

BIBLIOGRAFIA

FAIRBANKS, Michael. Arando en el mar, México, Editorial Mc Graw-Hill, 2000

CHASE, Richard. Administración de producción y operaciones, Editorial Mc Graw-Hill, 2001

LEVITT, Theodore. La globalización de los Mercados. Harvard Business School./99.

PORTER. Michael. La Ventaja Competitiva de las Naciones. CECSA 1990.

REVISTA DINERO. Publicaciones: 88, 89, 92, 95. Publicaciones Dinero Limitada. ISSN 0122-1531.

INTERNET www.cartagenacaribe.com/industria/zonafranca02.htm - 34k

INTERNET www.maquilasolidarity.org/espanol/recursos/maquilas/s5maq.htm- 33k

INTERNET www.socialistworker.org/Obrero/001/Ob-1_03_Maquilas.shtml - 10k

INTERNET www.andi.com.co/camaras/zonasfrancas/default.htm - 48k

INTERNET www.utadeo.investigaciones.8m.com/coyueconom2.pdf

INTERNET www.mincomex.gov.co/mincomexvbecontent/Images/News/DocNewsNo610DocumentNo853.DOC

INTERNET colpa.curiweb.com/soporte.html - 9k

INTERNET <http://www.ilo.org/public/spanish/dialogue/actemp/papers/1998/maquila/capi-1.htm>.

INTERNET www.ilo.org/public/spanish/dialogue/actemp/papers/1998/maquila/ - 24k

INTERNET archive.laprensa.com.sv/20021206/economia/ecm11.asp - 28k –

INTERNET www.laprensahn.com/econoarc/9901/e30004.htm - 6k

INTERNET www.hondurasri.com/CLON/detalles/La%25Prensa/VIENE%20BLOQUEO%20A%20LA%20MAQUILA%20HONDURE%D1A.htm - 11k

INTERNET www.asies.org.gt/ca/documentos/3curso/CV_CarolinaQuinteros.PDF

INTERNET cladehlt.org/mm6.htm - 101k