

Nicaragua lucha para conservar lo logrado en comercio internacional

Liza Casabona

Women's Wear Daily, 27 de mayo de 2008

Traducción de RSM

Nicaragua lucha para conservar lo logrado en comercio internacional una evaluación bastante positiva del potencial de Nicaragua para continuar creciendo en su sector de fabricación de jeans a pesar de la mayor competencia de Asia. El artículo señala el bajo costo laboral, la preponderancia de la manufactura de mezclilla y las preferencias tarifarias bajo el CAFTA que permite el aprovisionamiento de tela de fuera de la región del CAFTA como factores positivos, aunque advierte sobre tiempos difíciles para el futuro con los cambios en las regulaciones comerciales internacionales, el tema sin resolver de la acumulación con la producción mexicana bajo el TLCAN, y recientes aumentos del salario mínimo.

WASHINGTON – Nicaragua es la nueva sensación en el sector de aprovisionamiento con el Tratado de Libre Comercio de América Central, pero podría enfrentar serios desafíos con las fuerzas económicas globales ejerciendo presión sobre el comercio internacional.

Han pasado apenas dos años desde que Nicaragua implementó plenamente el CAFTA. Al igual que otros países de América Central, Nicaragua emergió de años de conflicto económico y político para convertirse en un lugar atractivo y cercano para empresas estadounidenses que buscan diversificar su aprovisionamiento, contrarrestar costos en aumento en algunos países asiáticos y mejorar la velocidad de entrega al mercado.

En 2007, las empresas textiles y de confecciones de Nicaragua exportaron US\$962.8 millones en mercancías, un 10.1 por ciento de aumento con respecto al año anterior. Productos de mezclilla, ropa de todas tallas, bottoms de vestimenta casual y de trabajo son las categorías clave producidas en Nicaragua. Los fabricantes de textiles producen también allí mezclilla y sarga.

Desde la implementación del CAFTA el 1º de abril de 2006, Nicaragua ha recibido US\$154 millones de inversión extranjera directa, dice Desiree Arana, gerente regional de PRONicaragua, una agencia de promoción de inversiones. Más de 15 empresas estadounidenses también invirtieron en Nicaragua desde el CAFTA. Empresas que producen indumentaria en la región incluyen International Textile Group's Cone Denim division, VF Corp., Sears, Target, Wal-Mart, Gap, J.C. Penney, Levi's, Lee y Liz Claiborne, según PRONicaragua.

A febrero de este año había 66 empresas de confecciones y dos textiles operando en la zona franca de Nicaragua.

En un discurso en Nicaragua en febrero, Christopher Padilla, subsecretario de comercio internacional del Departamento de Comercio de EE. UU., dijo que Nicaragua ha visto el mayor crecimiento de exportaciones de todos los países del CAFTA.

“Nicaragua tiene el tratamiento más flexible y de mercado abierto para textiles comparado con sus socios centroamericanos,” dijo a la Cámara de Comercio Estadounidense de Nicaragua. Cone Denim abrió una planta fuera de Managua en abril, que tiene una capacidad de 28 millones de yardas anuales de telas de mezclilla terminada, según la empresa. La fábrica empleará unas 850 personas.

Tom McKenna, presidente de Cone Denim, dijo que la firma ve a Nicaragua como una plataforma clave para su producción de mezclilla en las Américas.

“Nicaragua tiene un potencial tremendo en jeans,” dijo. “Nos alienta la cantidad de inversión que hemos visto [en el país] y la que esperamos ver en los próximos uno o dos años.”

Algunas empresas, como Gildan Activewear de Montreal, han operado en Nicaragua mucho antes del CAFTA. Gildan tiene dos plantas de costura en ese país, establecidas en 2004 y 2005, que fabrican camisetas, camisas polo y ropa interior. La empresa emplea 3.000 personas en Nicaragua, dice Claudia Sandoval, directora de comunicación de Gildan Centro América. La ubicación estratégica, los beneficios comerciales del CAFTA y la disponibilidad laboral fueron factores en la decisión de la empresa de establecer operaciones en el país, dijo.

General Sportwear, que manufactura jeans de mezclilla para Kohl’s, Belk, Vanity Fair y Old Navy, ha estado produciendo prendas de vestir en América Central desde 1993. Hace unos años, la empresa trasladó el 60 por ciento de su capacidad de corte y costura a Nicaragua, dice su presidente Jeff Rosenstock.

El bajo costo laboral en Nicaragua y la preponderancia de la manufactura de mezclilla en el lugar convirtió al país en una locación atractiva, dijo. La empresa abrió una planta de 33,000 metros cuadrados el año pasado, que emplea a 750 personas. La iniciativa ha sido “muy exitosa”, dice Rosenstock.

“Toda la moda viene de Asia,” dice. “No podemos competir con esos artículos. Pero los artículos básicos, donde la velocidad de entrega al mercado y la confiabilidad son importantes, hay lugar para que ese negocio esté en el hemisferio [occidental].”

Gran parte de la atracción de Nicaragua para las empresas de confecciones proviene de beneficios e incentivos derivados del tratado regional de libre comercio, que incluye preferencias tarifarias e incentivos impositivos.

Los niveles de preferencias tarifarias otorgados sólo a Nicaragua bajo el CAFTA son importantes, dicen las fuentes, porque permiten a las empresas fabricar artículos con hasta 100 millones de equivalente en metros cuadrados de algodón y fibra hecha a mano producida fuera de la región del CAFTA.

Con los tiempos difíciles que se avecinan para la industria en todo el mundo, no está claro si Nicaragua puede sostener el crecimiento que ha visto desde que se implementó el CAFTA. “Históricamente, la producción de prendas de mezclilla ha sido un motor de crecimiento económico y empleo en algunos de los países en desarrollo más pobres,” dice Helga Ying, directora de asuntos gubernamentales mundiales y políticas públicas en Levi Strauss. “Creo que

puede seguir siéndolo ahora, pero me preocupan las tendencias recientes en política comercial que están haciendo difíciles que los productores de prendas de mezclilla en algunos de estos países puedan competir.”

Yung se refirió a las demoras en la implementación plena del CAFTA, principalmente con el tema sin resolver de la acumulación con la producción mexicana con los países bajo el Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Expertos en comercio señalaron también que los salarios en Nicaragua han subido en forma significativa en el último año, al tratar el gobierno con el problema de la inflación. Los salarios mensuales promedio aumentaron el 1° de febrero un 15 por ciento a 1,901 córdobas o alrededor de de US\$100. Esto siguió a un aumento del 18 por ciento el verano pasado.

Para su información, hemos puesto una sección especial en nuestra página de Internet en donde estamos subiendo artículos relevantes al mundo global de la confección después del AMF. Se pueden revisar todos visitando:
<http://es.maquilasolidarity.org/en/recursos/comercio/amf/prensa>