

**PROVINCIA DE BUENOS AIRES
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES**

**“Estudio acerca de la contribución de agentes
de la economía social en el sector indumentaria
en la provincia de Buenos Aires”**

INFORME FINAL

FUNDACIÓN PRO BUENOS AIRES

Equipo de Trabajo:

**-Herrero, Gabriel Jorge
Coordinador**

**-Citarella, Rolando Carlos
Investigador Sénior**

**-Giovenco, Arturo Carlos
Investigador Junior**

**-Beaumont, Eduardo Raúl
Investigador Junior**

**-Acosta, Graciela del Valle
Administrativa**

Agosto de 2013

INDICE

INDICE	2
1-SÍNTESIS DEL DOCUMENTO	3
2.1. Identificación y selección de fuentes documentales y bases de datos.	4
2.2. Revisión, análisis y clasificación de las fuentes bibliográficas.	5
2.3. Elaboración de la base teórico-conceptual.	8
2.3.1. El problema de la debilidad de la economía social vinculada al sector de la indumentaria.	8
2.3.2. El fenómeno de la informalidad de los agentes de la economía social.	10
2.4. Elaboración del marco metodológico.	12
3 – DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE RELEVAMIENTO	14
3.1. Criterios de trabajo en el campo de la economía social del sector de la indumentaria.	14
3.2. Diseño de la estrategia para la obtención de la información.	15
3.3. Planificación y diseño de instrumentos de recolección de datos.	16
3.4. Consultas para la validación de los instrumentos.	16
3.5. Revisión y ajuste de los instrumentos.	17
4- ENCUESTA PARA TALLERES	18
5-APLICACIÓN DE LA ENCUESTA.....	20
5.1. Entrevistas con autoridades locales.	20
5.2. Entrevistas con los talleres del sector indumentaria.	20
6.1. Carga sistematizada de toda la información obtenida.	21
7.1. Procesamiento cualitativo y cuantitativo y elaboración de gráficos de comparación de las diferentes variables.	26
8 – CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	33
8.1. Conclusiones.	33
8.2. Recomendaciones de políticas, estrategias e instrumentos.	36

1-SÍNTESIS DEL DOCUMENTO

El presente documento contiene un primer informe parcial de un estudio acerca de la contribución de agentes de la economía social en el sector indumentaria en la provincia de Buenos Aires.

Hemos procedido, en una primera etapa, a efectuar una búsqueda de información en diferentes ámbitos estadísticos y de estudio en la materia. Mediante una tarea de investigación, nos dedicamos a identificar y seleccionar las diversas fuentes documentales y fuentes de datos. Luego de la revisión, análisis y clasificación de dichas fuentes bibliográficas, hemos elaborado la base teórico-conceptual, la que conformó los cimientos para abordar el trabajo en general, a partir de la elaboración del marco metodológico a emplear para realizar el estudio.

Posteriormente, hemos avanzado en la construcción de la estrategia a utilizar para efectuar el relevamiento de campo. Esta actividad la llevamos a cabo definiendo los criterios de trabajo con los talleres de confección que conforman a la economía social del sector de la indumentaria. También, en esta parte del estudio, elaboramos la estrategia a utilizar para la obtención de la información.

Finalmente, se realizó la tarea de diseño del cuestionario a utilizar en el relevamiento para obtener la recolección de los datos. Luego de conformar el primer borrador, se procedió a la validación del cuestionario, mediante consultas con autoridades provinciales y locales, para posteriormente, chequear, revisar y ajustar a este instrumento.

Luego de consultar a cámaras empresarias y organizaciones sociales, tomamos contacto directo con las autoridades locales en el tema, quienes nos brindaron el asesoramiento, facilitaron los contactos y transmitieron toda la información requerida. Luego se llevó a cabo el relevamiento de los talleres seleccionados de cada uno de los municipios elegidos, concretando, de esta manera, el trabajo de campo.

Posteriormente a la tarea de carga sistematizada y procesamiento de los datos obtenidos por medio del relevamiento de campo, elaborando diferentes cuadros para comparar las variables, se analizaron los datos obtenidos, se arribó a las conclusiones y se efectuaron las recomendaciones de políticas e instrumentos para que el sector público accione con más eficacia frente a los problemas e injusticias que viven los actores de la economía social ligados al sector de indumentaria, producto de su debilidad e informalidad.

2 – MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO

2.1. Identificación y selección de fuentes documentales y bases de datos.

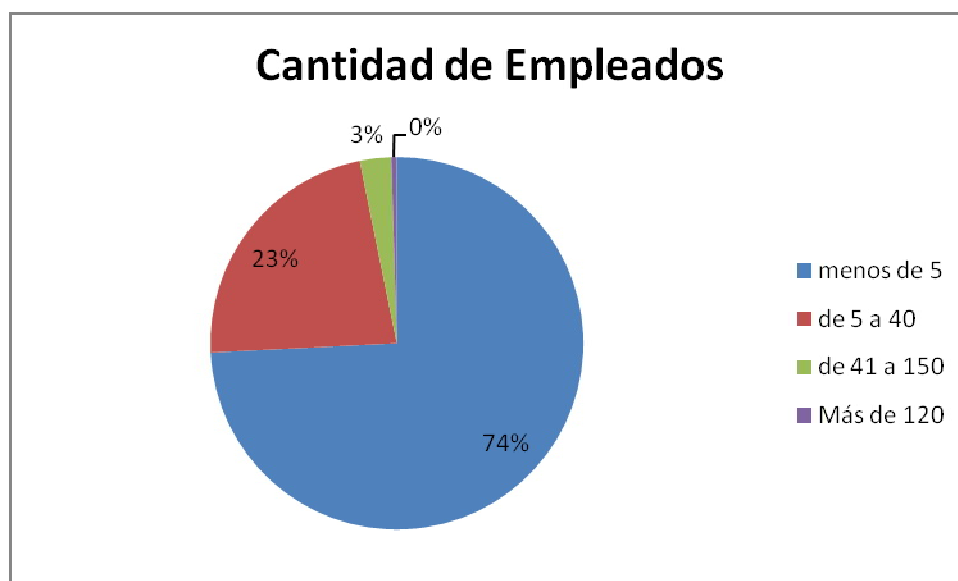
En relación con la identificación y posterior selección de las fuentes documentales y bases de datos para la realización del presente trabajo, luego de un pormenorizado análisis hemos definido a las siguientes:

- Dirección de Oferta Exportable dependiente de la Dirección General de Estrategias de Comercio Exterior de la Subsecretaría de Comercio Internacional del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto.
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Delegación Buenos Aires).
- Facultad de Economía de la UBA (Universidad de Buenos Aires).
- Fundación PROTEGER.
- INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial).
- Fundación Observatorio Pyme.
- Organización Interrupción y Fundación El Otro.
- UIA (Unión Industrial Argentina).
- Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria.
- CETIC (Centro de Estudios Técnicos para la Industria de la confección).

2.2. Revisión, análisis y clasificación de las fuentes bibliográficas.

Es muy importante lo aportado por la Cámara Industrial Argentina de Indumentaria, como observamos en el Gráfico N° 1, señala que en la composición del sector de indumentaria se encuentra un 74,2% de microempresas con menos de 5 empleados, 22,6% de pequeñas empresas con (6 y 40 empleados), 2,72% de medianas empresas con (41 y 150 empleados), y finalmente 0,48% de grandes empresas, generalmente familiares y de tradición sectorial que emplean a más de 150 personas.

Gráfico N°1- Composición del sector indumentaria

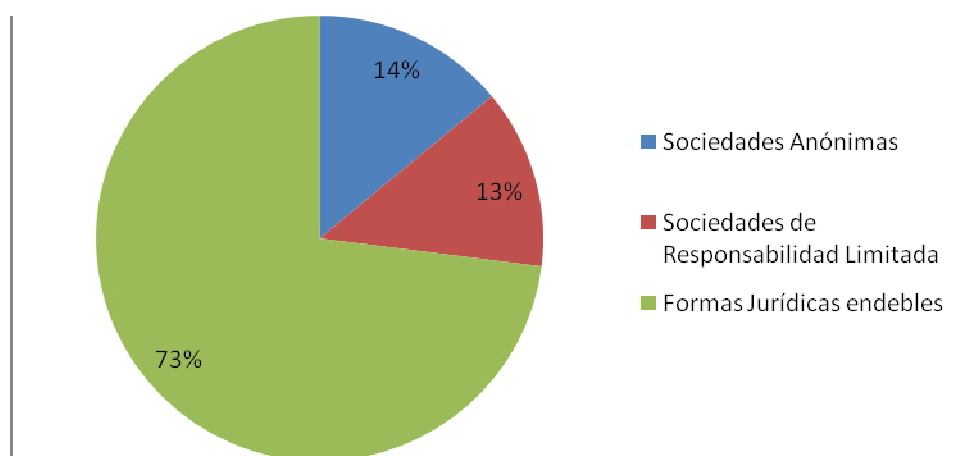


Fuente: Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria

La industria manufacturera de la confección de prendas de vestir se caracteriza por ser intensiva en el uso de mano de obra, y por bajos costos salariales sustentados en una gran flexibilidad en la contratación y gestión de la fuerza de trabajo. En este sector, predominan las pequeñas unidades de producción con una gran capacidad para adaptarse a la cambiante demanda del mercado.

Un estudio coordinado por la oficina de la CEPAL en Buenos Aires, financiado por la Unidad de Pre-inversión del BID, que funciona en el Ministerio de Economía de la Nación, el que, si bien tiene algunos años de antigüedad, continúa con vigencia, analiza el sector, desde la perspectiva del grado de formalización jurídica de las empresas que lo integran. En este sentido, resulta revelador que casi el 73% de los emprendimientos sectoriales desarrollan sus actividades bajo formas jurídicas endebles del tipo de sociedades de hecho, colectivas o unipersonales, siendo el 27% restante explicado por agentes que utilizan asociaciones jurídicas de mayor robustez (el 13% se desempeña como sociedades de responsabilidad limitada y el 14% restante como sociedades anónimas). Ver gráfico siguiente.

Gráfico N°2- Formas jurídicas de las unidades productivas de indumentaria

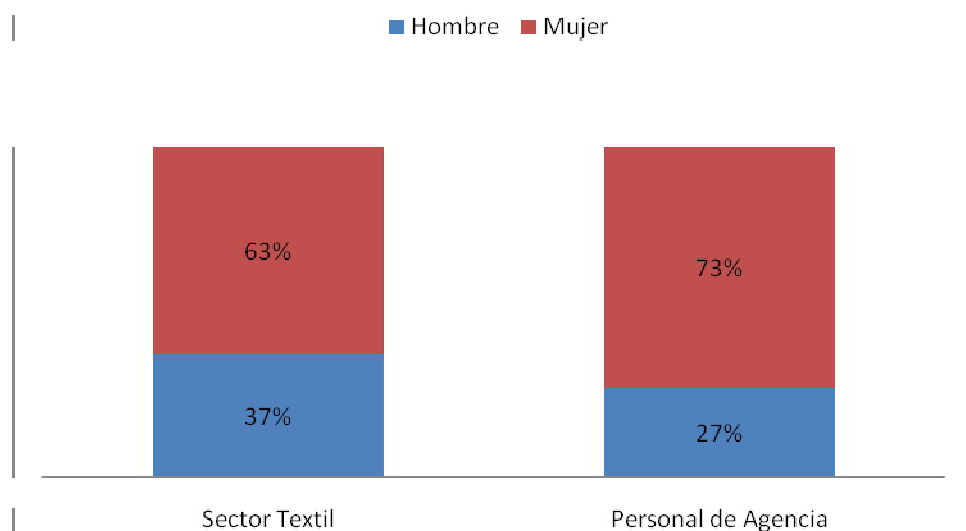


Fuente: CEPAL, Ministerio de economía

Otro de los aspectos distintivos del sector que resalta el informe de la CEPAL, se centra en el hecho de ser la actividad que demanda la mayor cantidad de mano de obra

femenina, hecho asociado a las pautas culturales que determinan la capacitación requerida para ocupar los puestos de trabajo generados por el sector, determinados a su vez por el uso de tecnología con elevado grado de homogeneidad. De esta forma, según se destaca en el gráfico que sigue, casi el 63% del empleo total sectorial es ocupado por mujeres y lo mismo ocurre con el 73% del personal de agencia que desempeña su actividad en el sector. Se trata de un aspecto extraordinario dentro del mapa manufacturero nacional, compartido únicamente, aunque en sensiblemente menor medida, por algunas ramas alimenticias.

Gráfico N°3- Ocupación por sexo, sector indumentaria



Fuente: CEPAL, Ministerio de economía

Una fuente de alto valor en relación a lo que sucede con la economía social del sector de la indumentaria, es el informe, resultado de un relevamiento de campo desarrollado durante los años 2006 y 2007 sobre los actores involucrados en la cadena de valor de la Industria Textil y de Indumentaria en Argentina, quienes directa o indirectamente están vinculados a la problemática del trabajo esclavo en los talleres de confección. La investigación, realizada en conjunto por la Organización Interrupción y la

Fundación El Otro, hace foco, muy especialmente, sobre las desigualdades de género en el ámbito laboral y especialmente en la precariedad de las trabajadoras a domicilio. Éstas, al igual que los talleres, constituyen el primer y esencial eslabón dentro de la confección. Esta investigación se enmarca en el trabajo que lleva adelante la Red Puentes, cuya misión es promover el desarrollo de la cultura y las prácticas de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) en los países latinoamericanos desde la perspectiva, visiones y derechos de sus sociedades civiles.

La cadena de valor de la industria de la indumentaria es compleja y de difícil fiscalización. La mayoría de la producción se encuentra tercerizada fuera de las empresas, generalmente en más de un taller. La masa crítica de talleres efectivos donde las empresas-marcas tercerizan su producción es incalculable, en parte, debido a la informalidad característica del sector y su atomización, y al terror impuesto por la coerción de los dueños de talleres clandestinos donde existe trabajo esclavo. Se estima que los talleres de confección explican el 25% de la problemática del trabajo con fines de explotación laboral, mientras que 3 de cada 4 trabajadores del sector no están registrados.

2.3. Elaboración de la base teórico-conceptual.

2.3.1. El problema de la debilidad de la economía social vinculada al sector de la indumentaria.

Como se señaló anteriormente, el esquema organizativo y productivo del sector de indumentaria se caracteriza por la separación de la fase de diseño y comercial (que incluye desarrollo de marca y/o comercialización) de la de confección de prendas en unidades productivas distintas (tercerización). En esta división del trabajo, son los talleres quienes cumplen el rol netamente fabril.

La producción de ropa es un proceso que involucra distintas etapas, desde la compra de insumos (telas, hilos, apliques, botones, etiquetas, etc.), preparación de moldes, tizado, corte, costura, armado y terminado de prendas, hasta el embalado y distribución. Estas tareas se hacen de acuerdo a un diseño predeterminado.

Cabe destacar, que la modalidad de subcontratación permite a los fabricantes flexibilizar la producción de acuerdo a las necesidades (cantidad, producto, calidad, etc.), aprovechar los beneficios de la especialización y mantener menor cantidad de capital inmovilizado, lo que a su vez les permite incrementar su tasa de ganancia y disminuir riesgos.

La flexibilidad se manifiesta mediante dos mecanismos básicos, no excluyentes entre sí: a) La ejercida directamente por la empresa contratista, que terceriza la producción a través de un número de proveedores, que varía en función del nivel de producción necesario y b) La ejercida por el tercerista, que a su vez contrata a otros talleres más pequeños formando así una red de subcontratación.

Dentro de la subcontratación es habitual la modalidad de "trabajo a domicilio", la cual consiste en que la prestación se realiza en el propio domicilio del trabajador o en cualquier otro lugar libremente elegido por éste.

Por su parte, la subcontratación permite aprovechar las habilidades que se hallan presentes en los diferentes talleres para la producción de diversos productos y/o partes de un mismo artículo. En otras palabras, no todos los talleres completan la realización total de la prenda, por lo que tiende a producirse procesos de complementación de un taller a otro que permite optimizar la producción, en base a una distribución y división de tareas dentro del circuito productivo (ver siguiente gráfico), que se encuentra, generalmente, descentralizado.

Gráfico N°4- Circuito productivo del sector indumentaria.

1° Nivel	Desarrollo de marca, diseño, y Comercializadora
	Marcas importantes, Supermercados, grandes tiendas, etc.
2° Nivel	Fabricación
	Talleres de confección especializados
3° Nivel	Subcontratación
	Talleres pequeños, trabajos a domicilio.

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta

Así, hay talleres que solo cosen partes, otros hacen ojales, otros bolsillos, etc. Esta especialización se vincula fundamentalmente con la disponibilidad de máquinas de cada taller y/o trabajador domiciliario.

Asimismo, esta flexibilidad que resulta ventajosa para la empresa contratista constituye un elemento de debilidad para el sector confeccionista ya que se convierte en “la variable de ajuste” frente a ciclos económicos recesivos o a la competencia de productos importados más baratos.

Este esquema de trabajo genera una serie de efectos negativos como la dificultad en la planificación y gestión del trabajo en los talleres y pequeñas empresas; poca capacidad de negociación; inestabilidad de los pedidos; desincentivos para las condiciones de estabilidad laboral y aceptación de pedidos por encima de la capacidad de producción o cierre de fábricas por falta de trabajo. En el sector confeccionista predomina la relación una máquina – un operario. La maquinaria que utiliza es relativamente barata y poco sofisticada tecnológicamente.

2.3.2. El fenómeno de la informalidad de los agentes de la economía social.

En los distintos sectores de la actividad económica existe, en mayor o menor

medida, algún grado de informalidad: laboral, previsional y tributaria. No obstante ello, en la industria de la indumentaria (conformada por fabricantes y talleres confeccionistas) este fenómeno presenta una magnitud mayor que en el resto de la cadena y que en otras actividades económicas.

Se entiende por informalidad –economía informal, oculta, subterránea, clandestina, en negro, paralela son otras de sus tantas denominaciones- a toda actividad económica que no está declarada ante las autoridades, no es alcanzada por el sistema tributario, escapa a los sistemas regulatorios y son difíciles de captar por las estadísticas.

Descentralización del proceso productivo basado en la tercerización de la producción, principalmente a través de talleres y /o trabajadores a domicilio. Esto permite que las empresas de indumentaria reduzcan sus operaciones y se concentren en el corazón del negocio (diseño, marketing y comercialización).

Las bajas barreras a la entrada en el sector (los niveles iniciales de inversión no son grandes) explican la fuerte presencia de microempresas, trabajadores por cuenta propia, familiares no remunerados y empleados y empleadores en establecimientos de menos de cinco personas, los que a su vez facilitan la invisibilidad y aumenta la posibilidad de que operen en la informalidad. Falta de un marco institucional regulatorio adecuado y dificultad del Estado para controlar el cumplimiento de la normativa y registros existentes.

La informalidad opera mayormente en aquellas firmas que forman parte de redes de subcontratación y/o en aquellas pequeñas que producen y/o comercializan ropa tipo *commodity*. Esto es así fundamentalmente porque el peso del costo laboral sobre los costos totales en este tipo de firmas es mayor y porque tiene una menor visibilidad que aquellas que tienen marca.

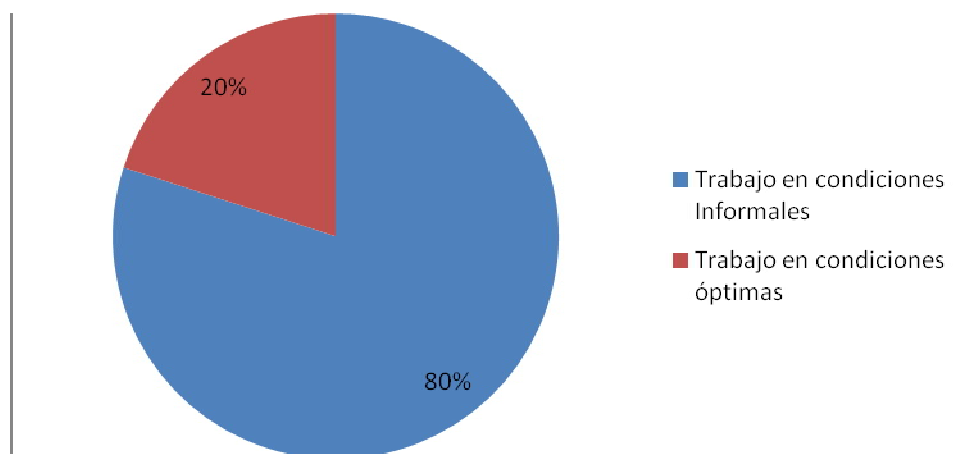
Los talleres subcontratados por las proveedoras de las empresas nodo, generalmente emplean trabajadores “en negro” o recurren a trabajadores a domicilio no registrados. En este caso la subfacturación y el trabajo no declarado o sub-declarado van juntos y son parte del mismo fenómeno.

También puede tratarse de empresas que no están habilitadas y tienen trabajadores no declarados o de firmas que sub-facturan y/o tienen trabajadores en negro. Este grupo está

constituido por un grupo importante de firmas de poco valor unitario pero que sumadas alcanzan una proporción significativa de las ventas del sector.

En suma, en el sector de la indumentaria existe un cúmulo de factores que inciden para que el grado de informalidad en este sector sea mayor que en otros tales como la desigualdad en la distribución del ingreso y la marginalidad; el peso relativo del costo laboral en la estructura de costos de las empresas; la visibilidad (grado de exposición) de las firmas; la subcontratación como modalidad predominante en la organización de la producción; la presión de la competencia importada; la corrupción; la falta de cultura empresarial en el pago de tributos; entre otros. Ver siguiente gráfico:

Gráfico N°5- La informalidad en el sector indumentaria



Fuente: Facultad de economía de la UBA

2.4. Elaboración del marco metodológico.

La hipótesis con que abordamos este trabajo parte de observar entonces, que a partir de una gran debilidad de los agentes de la economía social ligados al sector de la indumentaria y sumado a ello que mayoritariamente se desenvuelven con un alto grado de

informalidad, debemos profundizar el conocimiento de estas unidades productivas, con el fin de poder caracterizarlas adecuadamente y de esa forma identificar los factores claves que puedan permitir el fortalecimiento de las mismas y a su vez, propendiendo acciones para incorporarlas al campo de la economía formal. Las cuestiones vinculadas a: la capacitación laboral específica, a promover un mayor acceso al financiamiento y la tecnología, y a lograr establecer experiencias asociativas entre ellas, resultan vital para achicar las distancias frente a los otros actores de la cadena de valor, logrando así mejorar las condiciones de trabajo de los empleados.

Dado que la experiencia de la economía social ligada al sector de la indumentaria fundamentalmente se ha desarrollado marcadamente en el conurbano bonaerense, abordaremos el estudio analizando a talleres, en los distritos de **Avellaneda, Lanús y La Matanza.**

3 – DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE RELEVAMIENTO

3.1. Criterios de trabajo en el campo de la economía social del sector de la indumentaria.

El objetivo en el campo de la economía social del sector de la indumentaria es poder, mediante el relevamiento, llegar a obtener la información necesaria en lo que hace a las características y problemáticas de los agentes involucrados en este campo, de tal manera de estar en condiciones de alcanzar los objetivos del presente estudio. Por lo tanto, en este ámbito, vamos a analizar a los talleres de confección, dado que son ellos quienes nos brindaran los datos que nos permitan obtener los indicadores de cada unas de las variables que utilicemos con el fin de estudiar y caracterizar a estos agentes.

Los clientes más importantes de las hilanderías son las tejedurías de punto, absorben cerca del 65% de las compras totales, a diferencia de los tejedores planos, que tienen una participación de casi el 30% en el mercado, podemos afirmar que en Argentina predomina la elaboración de indumentaria de tejido de punto sobre la plana.

Las telas planas se utilizan básicamente para la producción de pantalones, camisas y camperas. También se destina a la producción de confecciones para el hogar (sábanas, toallas, cortinas, manteles, etc.). Las tejedurías de punto transforman los hilados en distintos géneros de tejido -jersey, interlock, rib, frisa, polar, morley, piqué- que luego son utilizados para la confección de remeras, buzos, chombas, etc.

En este caso, buscaremos entrevistar a 6 talleres de tejeduría de punto y 4 talleres de tejeduría plana por municipio

3.2. Diseño de la estrategia para la obtención de la información.

Además de consultar a cámaras empresarias y organizaciones sociales ligadas al sector, fundamentalmente, tomaremos contacto directo con las autoridades locales en el tema, quienes nos brindaran el asesoramiento, facilitarán los contactos y transmitirán toda la información necesaria para poder efectuar el relevamiento con éxito.

En el caso de Avellaneda, será la Secretaría de Producción, Política Ambiental y Empleo de la Municipalidad de Avellaneda a cargo del Ing. Humberto Mario Borsani. Bajo su responsabilidad están las acciones que promuevan el desarrollo productivo, el comercio, el trabajo y la economía de las empresas instaladas en Avellaneda. Una de sus funciones principales es promocionar políticas de estudio e investigación orientadas al desarrollo de la industria y el comercio con el fin de aumentar la productividad y el empleo en el Partido, como también promover el paso de la economía informal a la formal de diferentes agentes económicos.

En el caso de Lanús, será el IMDELA (Instituto Municipal de Desarrollo Económico de Lanús) a cargo del Contador Gustavo Malvaso. Este Instituto Municipal, dentro del organigrama municipal, tiene rango de Subsecretaría, con dos Direcciones, Comercio Exterior y Desarrollo Económico. Su función es establecer una fluida relación con las empresas industriales, comerciales o de servicios que funcionan en la comuna; como así también facilitar las herramientas indispensables para el desarrollo productivo del empresariado, con una especial preocupación por el sector perteneciente a la pequeña y mediana empresa.

Y en La Matanza, será el IMDES que es un organismo descentralizado del Municipio de La Matanza a cargo de Rodolfo Barrionuevo, creado para facilitar el desarrollo económico local, fortaleciendo a los emprendedores de la economía social, micro pymes y pymes con diversas herramientas técnicas y financieras y contribuyendo a la generación de empleo genuino, a fin de reducir el desempleo y la pobreza en el marco de los ejes definidos en el Plan Estratégico de este Partido.

3.3. Planificación y diseño de instrumentos de recolección de datos.

Partimos de la base de que debemos diseñar a un instrumento de recolección de datos que sirva para encuestar a los talleres de tejeduría de punto y a los talleres de tejeduría plana. El cuestionario nos deberá permitir relevar, en el campo de la economía social del sector de la indumentaria, las características sobresalientes de los agentes que lo conforman, lo que nos tendrá que brindar los elementos para caracterizar a los aspectos más destacados de este campo y detectar sus problemáticas más recurrentes. De esta manera, con este instrumento, podremos analizar, con mayor profundidad los aspectos que determinan su debilidad y su alto grado de informalidad. Todo esto con el propósito de proponer nuevas políticas y estrategias que ayuden a que más agentes pasen de la informalidad a la formalidad y a su vez se fortalezcan dentro de la cadena de valor y como consecuencia, los trabajadores logren una mayor calidad de empleo.

Las variables que vamos a investigar son: a) Nombre del propietario, b) Ciudad, c) Actividad dentro del rubro, d) Productos que elaboran, e) Personal empleado, sexo, edad y situación, f) Para quien trabajan, g) Modalidad de contrato, h), Periodicidad del trabajo, i) Evolución del trabajo en los últimos dos años, j) Equipamiento, k) Capacitación del personal, l) Compra de insumos, ll) Preparación de moldes, m) Cortado, n) Costura y armado.

3.4. Consultas para la validación de los instrumentos

Una vez confeccionados los primeros borradores del cuestionario para las encuestas, efectuamos consultas con las siguientes autoridades del Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia de buenos Aires: con el Subsecretario de Políticas Socioeconómicas Ariel

Notta, con el Director Provincial de Economía Social y Desarrollo Local Ignacio Martín Tirelli y con el Director Provincial de Inclusión Socio-productiva Gustavo Di Marzio y con las autoridades locales ya mencionadas.

El objetivo de estas consultas fue el de, mediante el intercambio realizado con dichas autoridades, validar al instrumento preparado para realizar el relevamiento de campo. En dichas entrevistas surgieron indicaciones y recomendaciones que enriquecieron al cuestionario de trabajo.

3.5. Revisión y ajuste de los instrumentos.

Mediante entrevistas realizadas a dos talleres de confección se revisó el instrumento efectuándose los últimos ajustes quedando el mismo ya en condiciones de ser utilizado para realizar la tarea de relevamiento de campo. El mismo es el siguiente:

**PROVINCIA DE BUENOS AIRES
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES**

**“Estudio acerca de la contribución de agentes de la economía social
en el sector indumentaria en la provincia de Buenos Aires”**

FUNDACIÓN PRO BUENOS AIRES

4- ENCUESTA PARA TALLERES

Nombre del Propietario

Partido	
---------	--

Actividad	
Tejido a Punto	Tejido Plano

Producto	
----------	--

Personal empleado			
Cant. Hombres	Cant. Mujeres	Total	Edad Promedio

¿Está en blanco?	
SI	NO

Tipo de Empresa			
Cuentapropista	Empresa Familiar	Microempresa	PYME

¿Para quién trabaja?			
Supermercado	Marca Importante	Gran tienda	Feria La Salada

¿Está contratado directamente?	
Si	No

¿Es sub contratado?	
Si	No

Tiempo durante el que trabaja	
Todo el Año	Periodo
	_____ meses

¿Qué pasó con su trabajo en los últimos dos años?		
Aumento	Se mantuvo	Disminuyo

¿Compró máquinas nuevas en los últimos dos años?	
Si	NO

¿Realizó algún tipo de capacitación del personal empleado en los últimos dos años?	
SI	NO

La compra de insumos la realiza...	
Usted	El contratista

La preparación de moldes	
La realiza usted	Ya vienen cortados

¿Quién corta las fetas?	
Usted	Ya vienen cortadas

La costura y el armado	
Se hacen en el taller	Se tercerizan

5-APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

5.1. Entrevistas con autoridades locales.

Como formulamos oportunamente, además de consultar a cámaras empresarias y organizaciones sociales vinculadas al sector en estudio, fundamentalmente, tomamos contacto directo con las autoridades locales en el tema, quienes nos brindaron todo el asesoramiento necesario, facilitaron los contactos y transmitieron toda la información útil para poder efectuar el relevamiento.

En el caso de Avellaneda, se efectuaron tres encuentros con las autoridades de la Secretaría de Producción, Política Ambiental y Empleo a cargo del Ing. Humberto Mario Borsani. En el caso de Lanús, concretamos dos reuniones con las autoridades del IMDELA (Instituto Municipal de Desarrollo Económico de Lanús) a cargo del Contador Gustavo Malvaso. Y en La Matanza, realizamos cuatro entrevistas con las autoridades del IMDES que es un organismo descentralizado del Municipio a cargo de Rodolfo Barrionuevo.

5.2. Entrevistas con los talleres del sector indumentaria.

Según lo establecido cuando se fijó la estrategia para llevar adelante el relevamiento de los agentes de la economía social ligados al sector indumentaria, guiados por las autoridades locales, llevamos a cabo 30 entrevistas en total, a talleres de tejeduría plana y de punto de los tres municipios seleccionados. En todos los casos aplicamos la encuesta elaborada con los distintos interlocutores elegidos en cada ciudad. Debemos aclarar que, tanto la determinación de los talleres a entrevistar, como la concreción de las entrevistas, resultó una tarea de importante dificultad, dado el alto nivel de informalidad que registra este sector.

6-CARGA Y PROCESAMIENTO DE DATOS

6.1. Carga sistematizada de toda la información obtenida.

La carga sistematizada de toda la información obtenida como resultado del relevamiento realizado con los talleres del sector indumentaria, se presenta a continuación, en forma detallada, variable por variable.

El siguiente cuadro contiene los productos más destacados, producidos por los talleres de tejido de punto y los talleres de tejido plano relevados.

Cuadro N°1: Productos elaborados por talleres relevados

TEJIDO DE PUNTO	TEJIDO PLANO
Remeras	Sábanas
Buzos	Toallas
Chombas	Cortinas
Shorts	Ropa interior
Prendas para bebés	Camisas
Ropa deportiva	Camperas

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta

En cuanto al sexo de los trabajadores empleados en los talleres relevados, podemos afirmar que predomina el femenino en la totalidad de los casos. En el próximo cuadro vemos reflejados las cantidades correspondientes a cada sexo de un total de 217 trabajadores pertenecientes a los 30 talleres relevados.

Cuadro N°2: Sexo de los trabajadores

SEXO	CANTIDAD
Femenino	165
Masculino	52

Fuente: Elaboración propia

Otro dato interesante que surge del trabajo de campo realizado, es el relacionado con la edad promedio de los trabajadores del campo informal. Se determinó de la totalidad de los 217 trabajadores de los talleres encuestados, una edad promedio de 23 años.

En cuanto a la situación de encuadre de dichos trabajadores, podemos afirmar que, si bien la información obtenida no resulta totalmente fidedigna, dado que muchos se negaban a responder o evadían la respuesta, estimativamente, resultan pocos los empleados que se encuentran debidamente registrados. Ver cuadro siguiente.

Cuadro N° 3: Encuadre de los trabajadores

SITUACION DEL TRABAJADOR	CANTIDAD
Se encuentran registrados	39
No se encuentran registrados	178

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta

En relación a los tipos de empresas en que podemos encuadrar a los talleres relevados, en el cuadro siguiente podemos observar que se destacan los cuentapropistas, las empresas familiares y los micro-emprendimientos.

Cuadro N° 4: Tipos de empresa

TIPO DE EMPRESAS	CANTIDAD
Cuentapropista	13
Empresa Familiar	9
Microempresa	6
Pyme	2

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta

Vinculado al destino de la producción, el estudio investigó mediante el trabajo de campo con los talleres seleccionados, para quienes trabajan los mismos. En este aspecto podemos señalar que el 20% de los encuestados trabaja para una sola fuente, el resto trabaja para dos o más. En este tema se destacan los supermercados, alguna marca importante a través de un tercero, y la feria de La Salada. Estos datos se pueden valorar en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 5: Destino de la producción

PARA QUIENES TRABAJAN	CANTIDAD
Supermercados	22
Marcas importantes	15
Grandes tiendas	4
Feria La Salada	14

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta

Se confirma el hecho de la tercerización cuando las preguntas a los talleres encuestados se refieren si se encuentran contratados en forma directa o no. Ver el siguiente cuadro.

Cuadro N° 6: Tipos de contratos de los talleres

FORMA DE CONTRATO	CANTIDAD
Contrato directo	3
Subcontrato	27

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta

En relación con el tiempo durante el que trabajan los talleres seleccionados a los que se les efectuó el relevamiento, se puede ver que independientemente de los cambios de temporada, generalmente, salvo pequeños baches trabajan durante todo el año.

En cuanto a las variaciones del volumen de trabajo de los últimos dos años, de las 30 empresas seleccionadas, se puede observar que, en términos generales, se sostienen los mismos niveles salvo escasas excepciones

Cuadro N° 7: Evolución del trabajo últimos dos años

TRABAJO ÚLTIMOS DOS AÑOS	CANTIDAD
Aumento	5
Se mantuvo	19
Disminuyo	6

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta

En lo referido al equipamiento de estos talleres, el resultado de la encuesta arroja una realidad en la que se destaca una incipiente tendencia a renovar las maquinas y equipos utilizadas. Ver siguiente cuadro.

CuadroN°8: Nivel de equipamiento últimos 2 años

COMPRÓ	CANTIDAD
Si	9
No	21

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta

Cuando se realizó el relevamiento para detectar las actividades de capacitación de los trabajadores efectuadas por los talleres, el resultado fue mínimo. Ver cuadro siguiente.

CuadroN°9: Actividades de capacitación últimos 2 años

EFFECTUÓ CAPACITACIÓN	CANTIDAD
Si	6
No	24

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta

Relacionado con los niveles de dependencia de los 30 talleres frente a sus contratistas en las diferentes etapas de la producción, observamos que existe una marcada subordinación en cuanto a los diferentes pasos de la confección de la indumentaria. Ver cuadro siguiente.

CuadroN°10: Distribución de actividades productivas

ACTIVIDAD	CONTRATISTA	TALLER
Compra de insumos	18	12
Preparación de moldes	23	7
Corte de fetas	17	13

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta

que existe una marcada tendencia hacia la contratación de terceros. Ver cuadro siguiente. A su vez, vinculado con los niveles de tercerización en lo relacionado con la costura y el armado de las diferentes prendas, podemos ver

CuadroN°11: Costura y armado de las prendas

COSTURA Y ARMADO	CANTIDAD
Lo hacen en el taller	22
Tercerizan	8

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta

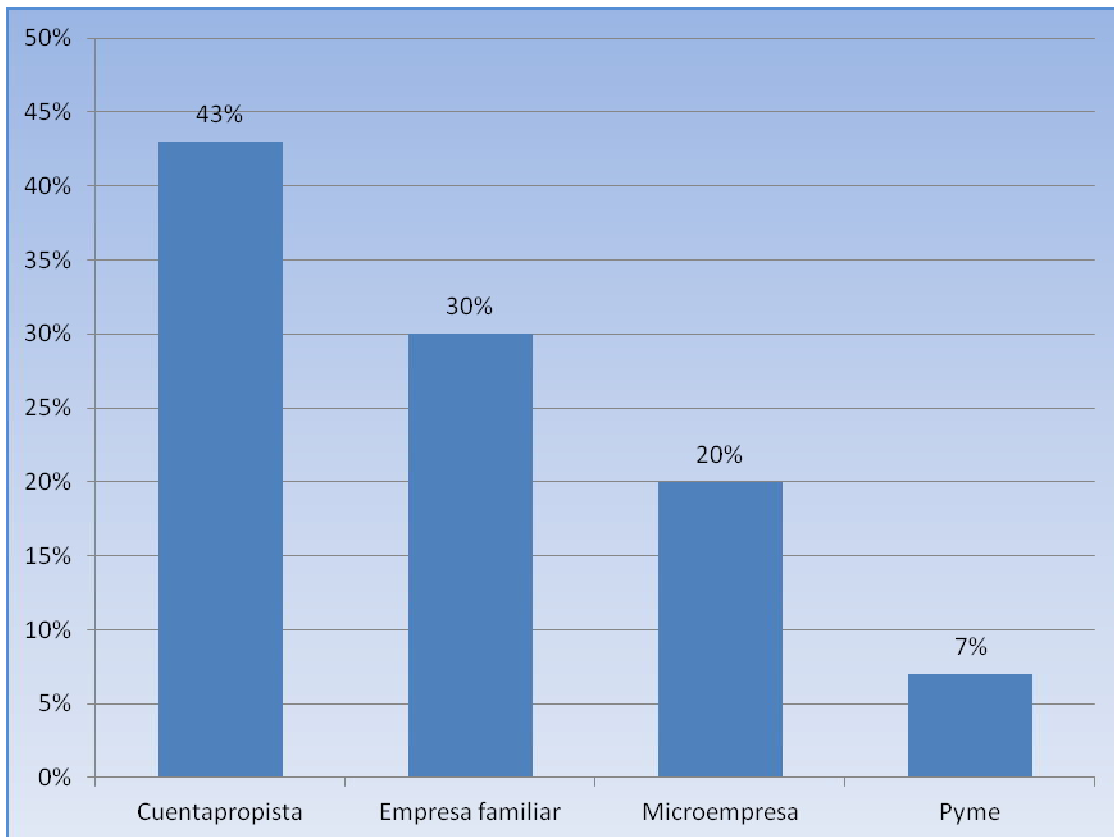
7-ANÁLISIS DE LOS DATOS OBTENIDOS

7.1. Procesamiento cualitativo y cuantitativo y elaboración de gráficos de comparación de las diferentes variables.

7.1.1. El encuadre de los talleres y la informalidad.

Según el relevamiento realizado de los talleres seleccionados, el nivel de informalidad detectado resulta de importancia. En relación a esta cuestión podemos observar el gráfico siguiente donde se ven los diferentes tipos de encuadre como empresas de estos talleres, donde se manifiesta con claridad que predominan formas muy ligadas al campo de la informalidad económica.

Gráfico N°6: Tipos de empresas de los talleres relevados



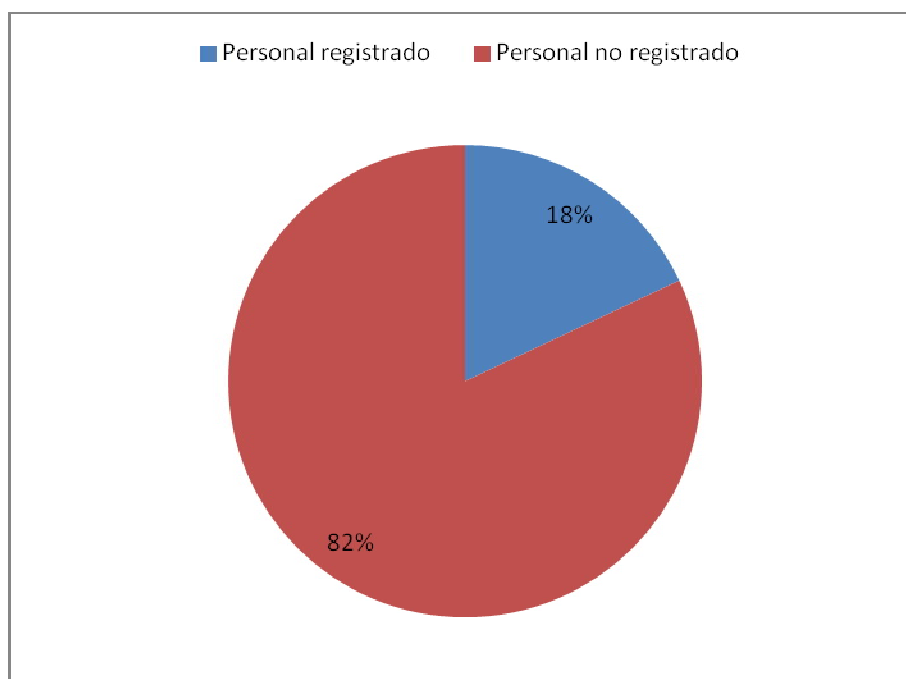
Fuente: Elaboración propia en base a encuesta

Las bajas barreras a la entrada en el sector (los niveles iniciales de inversión no son grandes) explican la fuerte presencia de microempresas, trabajadores por cuenta propia, empresas familiares en establecimientos de menos de cinco personas, los que a su vez facilitan la invisibilidad y aumenta la posibilidad de que operen en la informalidad.

7.1.2. La registración de los trabajadores y la informalidad.

Continuando con el análisis relacionado con el nivel de informalidad de los talleres relevados, en el siguiente grafico vemos como casi la totalidad del personal de estas unidades productivas no se encuentra debidamente registrado.

Gráfico N°7: Registración del personal empleado



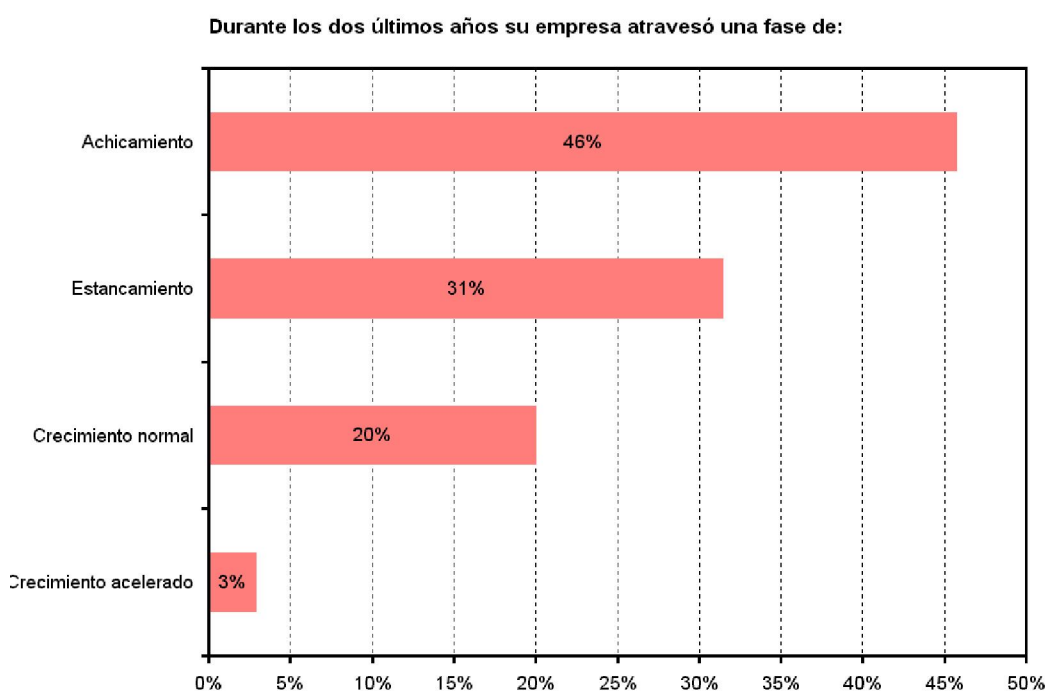
Fuente: Elaboración propia en base a encuesta

La evasión de contribuciones sociales mediante la sub-declaración del personal (trabajo no registrado) o del salario (remuneraciones no registradas) o de las horas efectivamente trabajadas (horas no registradas) son las causas de la informalidad.

7.1.3. El contexto económico del sector indumentaria

El estudio realizado por la Oficina de la CEPAL-ONU en Buenos Aires, a solicitud de la Secretaría de Política Económica, Ministerio de Economía de la Nación, nos brinda una idea de lo que viene sucediendo, en términos generales con el sector de la indumentaria en la Argentina. El resultado del referido estudio, da cuenta de las dificultades que atravesó el sector a lo largo del período analizado, no resulta llamativo que la mayor parte de las empresas haya experimentado en los dos años anteriores, tal como surge del gráfico 8, un período de achicamiento (46% de los casos) o en el mejor de los casos de estancamiento de su actividad (31% de los casos). Apenas algo menos de la cuarta parte de los empresarios consultados dieron cuenta de casos de expansión de sus firmas.

Gráfico N°8: Evolución de las empresas de indumentaria (últimos 2 años)

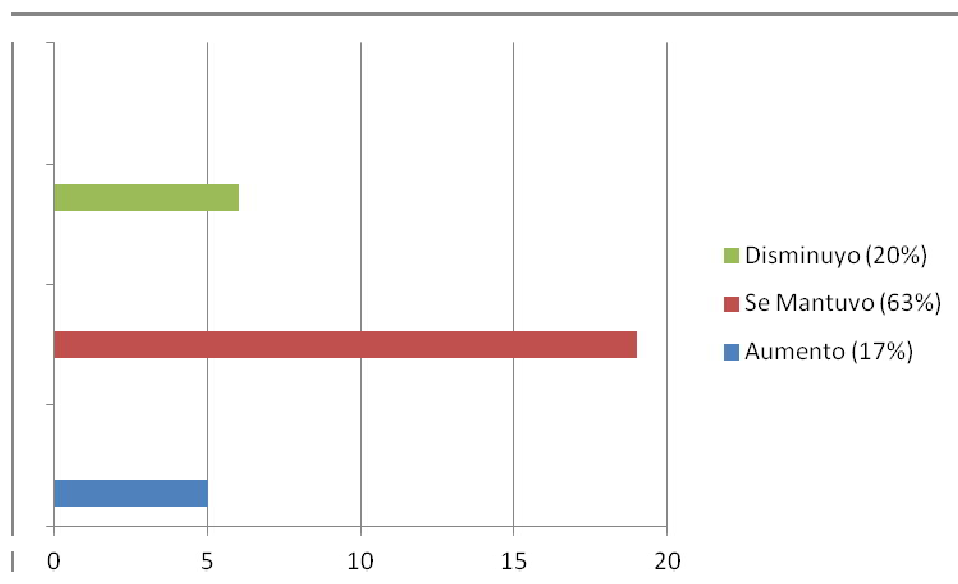


Fuente: Observatorio Pymi de la UIA

Por otra parte, en el caso de los talleres ligados al sector de indumentaria, evaluados mediante este estudio se detecta una diferencia con relación al sector madre de la cadena productiva, dado que un 63% de estas unidades productivas ligadas a la economía social, logró mantenerse activo, mientras que un 20% del total relevado, sufrió una notable disminución de su actividad, y un 17% logró alcanzar algún nivel de crecimiento en su actividad (ver gráfico N° 9).

De todas maneras, los anteriores indicadores no resultan determinantes, en cuanto a observar una verdadera dimensión de la realidad de los talleres. Un gran índice de natalidad y mortalidad, hacen que la dinámica evolutiva de estas unidades productivas resulte difícil de evaluar. Lo cierto que, dado el alto nivel de vulnerabilidad económica de estos talleres y la evolución negativa del sector de indumentaria en general, determinan una marcada disminución de la actividad de los mismos, resultando más marcada fundamentalmente en el último semestre.

Gráfico N°9: La producción de los talleres relevados (últimos 2 años)



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta

7.1.4. La descentralización del proceso productivo y la debilidad de los talleres.

El relevamiento nos permitió detectar y definir, a modo de caracterización, a dos tipologías de talleres: independientes y subordinados. Definimos como independientes a aquellos talleres que además de la propiedad de sus máquinas, comercializan las prendas que ellos mismos confeccionan en diferentes canales informales como stands, ferias, venta directa, etc. Y los talleres subordinados son los que, contratados por marcas de ropa, empresas con locales o talleres grandes, realizan en sus establecimientos parte o la totalidad de una confección. La compra de los diferentes insumos corre por cuenta del contratista, quien muchas veces se reserva para sí el tizado y corte de prendas. En el gráfico N°10 vemos la caracterización en detalle de cada tipo y el porcentaje que representa.

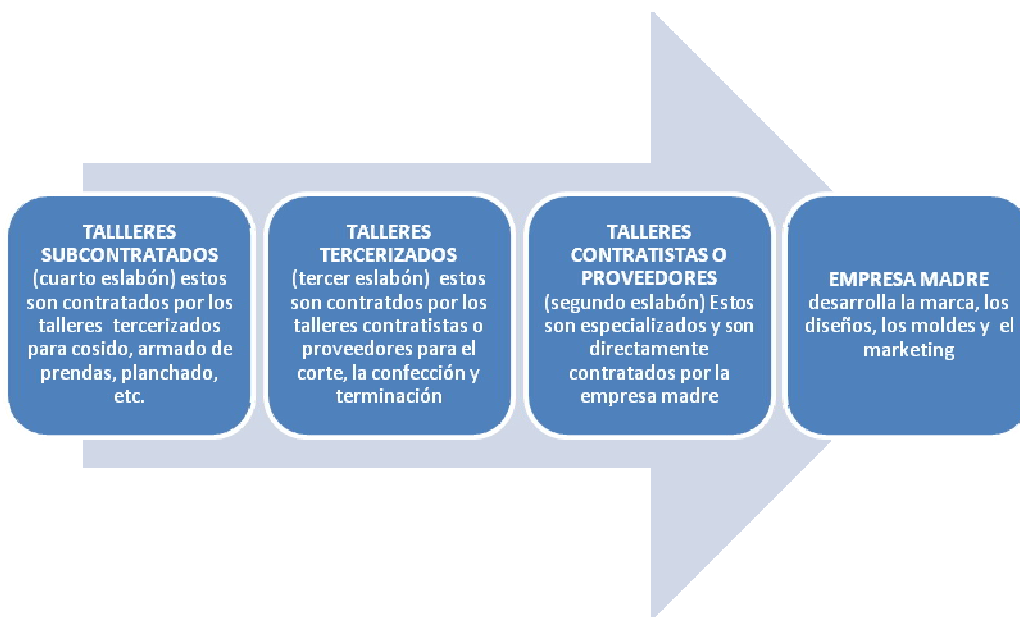
Gráfico N°10: Los tipos de talleres según su actividad

	Independientes (10%)	Subordinados (90%)
Compra de insumos	Realizada por ellos mismos	Realizada por el/los contratista/s
Preparación de moldes	Se realizan en papel, son aportados por ellos mismo a través de compra de revistas especializadas o copia de prendas	Generalmente es entregada cortada para su costura y terminación.
Cortado de las prendas	Cortan ellos mismos las telas	Reciben las telas previamente cortadas.
Costura y armado	La realizan en el taller	La realizan en el taller
Distribución	Venta en ferias, <i>stands</i>, etc.	Entrega de prendas terminadas a talleres grandes, locales comerciales, marcas de ropa.

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta

Una cuestión interesante que se desprende del relevamiento, cuando indagamos acerca de la conformación de la cadena de valor del sector de los talleres definidos como subordinados (90%), es que hemos comprobado, que a diferencia de lo que formulamos en el inicio del presente estudio, mediante el gráfico N°4, en cuanto a que el circuito productivo se componía de tres niveles, la realidad de muchos de estos talleres relevados nos demostró que son cuatro los eslabones de esta cadena (ver gráfico N°11). Este dato es importante, dado que cuando más nos alejamos del eslabón principal, que es la empresa madre (dueña de la marca), los niveles de informalidad y debilidad aumentan notoriamente.

Gráfico N°11: La Cadena de valor de indumentaria



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta

Como ya lo señalamos al principio del presente estudio, esta cuestión resulta muy gravitante, dado que los fabricantes de ropa (empresas madres) contratan total o

parcialmente la producción en talleres especializados o proveedores, a fin de focalizar su negocio en la fase comercial y en el diseño. Y estos talleres especializados o proveedores, a su vez, contratan para la confección a talleres tercerizados, los que, en muchos casos, subcontratan a otros talleres más pequeños. Este fenómeno convierte a los diferentes tipos talleres en “la variable de ajuste” frente a ciclos económicos recesivos o a la competencia de productos importados más baratos. Cuanto más alejado es el eslabón más se agudiza esta realidad.

Por su parte, los talleres subordinados no tienen prácticamente contacto con el consumidor y dependen directamente del contratista, con quien establecen un vínculo que suele prolongarse a lo largo del tiempo. Entre quien encarga el trabajo y quien lo realiza existe una relación de tipo cuasi-jerarquía en donde el primero determina los principales parámetros productivos, plazos de entrega y precio. Adicionalmente, el contratista provee los insumos, determina el diseño y muchas veces él misma realiza el corte y el tizado.

8 – CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. Conclusiones.

8.1.1. Conclusión general.

El resultado de las encuestas y los posteriores análisis, de los datos obtenidos por las mismas, resultaron una confirmación de la hipótesis inicial, en relación con que se observa que en un contexto argentino, en el que todavía falta fortalecer debidamente al tejido productivo, en la producción de indumentaria en particular, y en la industria textil de modo general, aún persisten algunos de los comportamientos defensivos desarrollados en décadas pasadas. Los mismos condicionan seriamente las posibilidades de desarrollo futuro de esta cadena productiva y deben ser objeto de atención por parte de las autoridades económicas.

La estrategia seguida por las empresas de menor tamaño del sector indumentaria se apoyó en una marcada *informalización* de sus actividades. Así, proliferaron las firmas con actuación en el mercado informal, con un precario nivel tecnológico, alta intensidad de mano de obra y costos bajos, debido a los salarios menores y a la ausencia de obligaciones laborales y fiscales. Se estableció así, entre los productores, un patrón predatorio de competencia, con efectos nefastos sobre la competitividad agregada de la cadena, basándose, este fenómeno, en la *vulnerabilidad* de los talleres más pequeños.

8.1.2. Vulnerabilidad de la economía social ligada al sector indumentaria.

En cuanto al fenómeno de la vulnerabilidad, partimos de cierta debilidad económica del sector debido al hecho de que la demanda de su producción es muy elástica al ingreso y que como la misma se destina principalmente al mercado doméstico, la actividad productiva termina estando fuertemente correlacionada con el ciclo de la

economía, resultando altamente vulnerable a los cambios del poder adquisitivo de la población.

La apreciación relativa en términos reales de la moneda nacional y la consecuente pérdida de competitividad frente al producto importado, sumados a la dificultad por parte de los talleres de confección para acceder al crédito para ampliar y modernizar su capacidad productiva aportan también, al referido fenómeno. Las empresas que sobrevivieron a la crisis, en general, optaron por una estrategia de especialización, abandonando muchas de ellas la tarea de confeccionar, que fue derivada cada vez más ampliamente a pequeños talleres.

Este esquema de trabajo genera una serie de efectos negativos como la dificultad en la planificación y gestión del trabajo en los talleres y pequeñas empresas; poca capacidad de negociación; inestabilidad de los pedidos; desincentivos para las condiciones de estabilidad laboral y aceptación de pedidos por encima de la capacidad de producción o cierre de fábricas por falta de trabajo.

8.1.3. Informalidad de la economía social ligada al sector indumentaria.

En el sector de indumentaria no existen datos fehacientes que permitan dar cuenta del nivel de informalidad que hay en la misma. Según estimaciones de la CIAI (Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria), más del 50% de la ropa que se comercializa en el país es originada en la actividad informal. Según datos del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, el empleo no registrado en la fabricación de prendas de vestir es del orden de las dos terceras parte, muy por encima del nivel promedio de la economía que se encuentra en torno al 50%.

En los distintos sectores de la actividad económica existe, en mayor o menor medida, algún grado de informalidad: laboral, previsional y tributaria. No obstante ello, en la industria de la indumentaria (conformada por fabricantes y talleres confeccionistas) este

fenómeno presenta una magnitud mayor que en el resto de la cadena y que en otras actividades económicas.

Sin dudas la Feria de La Salada, espacio en donde se vende ropa al por mayor y menor, aparece como uno de los ejes de integración de la cadena informal y centro de aprovisionamiento de las empresas que operan en el circuito formal.

Por otro lado, frente a las posibles causas que dan origen a este fenómeno se destaca la descentralización del proceso productivo basado en la tercerización de la producción, principalmente a través de talleres y /o trabajadores a domicilio. Esto permite que las empresas de indumentaria reduzcan sus operaciones y se concentren en el diseño, marketing y comercialización de los productos. La falta de un marco institucional regulatorio adecuado y la dificultad del Estado para controlar el cumplimiento de la normativa y registros existentes es, sin duda, la segunda causa.

La informalidad opera mayormente en aquellas firmas que forman parte de redes de subcontratación y/o en aquellas pequeñas que producen y/o comercializan ropa tipo *commodity*. Esto es así fundamentalmente porque el peso del costo laboral sobre los costos totales en este tipo de firmas es mayor y porque tiene una menor visibilidad que aquellas que tienen marca.

Se trata de talleres subcontratados por las proveedoras de las empresas nodo y que emplean trabajadores “en negro” o recurren a trabajadores a domicilio no registrados. En este caso la subfacturación y el trabajo no declarado o sub-declarado van juntos y son parte del mismo fenómeno.

En suma, en el sector de la indumentaria existe un cúmulo de factores que inciden para que el grado de informalidad en este sector sea mayor que en otros tales como la desigualdad en la distribución del ingreso y la marginalidad; el peso relativo del costo laboral en la estructura de costos de las empresas; la visibilidad (grado de exposición) de las firmas; la subcontratación como modalidad predominante en la organización de la producción; la presión de la competencia importada; la corrupción; la falta de cultura empresarial en el pago de tributos; entre otros.

8.2. Recomendaciones de políticas, estrategias e instrumentos

Los siguientes instrumentos fueron pensados considerando que la estrategia del estado provincial debe ser la de colaborar con el fortalecimiento de los agentes de la economía social ligados al sector indumentaria. El objetivo es la promoción de políticas e instrumentos que permitan lograr una menor vulnerabilidad de los mismos y por otra parte, ayuden a disminuir los niveles de informalidad de estas unidades productivas. De esta manera se logrará mejorar la situación de sus trabajadores, pudiendo estos acceder a la seguridad social, a una cobertura de salud, a un mejor salario, y mejorando, por lo tanto, la calidad de su empleo:

1-Creación de un programa de capacitación de los integrantes de los talleres:

Dado que existe un bajo nivel de coordinación y estandarización en los planes de capacitación a operarios y empresarios que pertenecen a los talleres objetos de la presente investigación y que observamos que se requiere una política masiva y coordinada a nivel provincial. Recomendamos diseñar y aplicar, un programa de capacitación específico de los integrantes de los talleres vinculados al sector indumentaria, con el propósito de generar mejores resultados en lo que hace a la formación profesional de los trabajadores. Esto además, permitirá lograr una mayor articulación y efectividad de los recursos que se disponen a nivel del estado provincial.

2-Direccionar los instrumentos financieros existentes hacia los talleres:

En la provincia de Buenos Aires existe el Programa Fuerza Solidaria que surgió a partir de un convenio entre el banco público provincial y el Instituto Provincial de Lotería y Casinos con la finalidad de implementar dos grandes programas de financiamiento, uno para el fortalecimiento de cooperativas de trabajo y pequeños grupos de emprendedores, a través

de líneas de crédito en forma directa para proyectos de economía social, y otro dirigido a instituciones de microcrédito que otorgan préstamos a micro-emprendedores individuales. Recomendamos direccionar parte de este programa para permitir el acceso al financiamiento de los talleres que pertenecen a la economía social ligada al sector de indumentaria. De esta manera, complementariamente con los otros instrumentos, se estaría colaborando con el objetivo de lograr el fortalecimiento de estas unidades productivas.

3-Promoción de la asociatividad entre los talleres:

Recomendamos la creación de un programa de promoción de la asociatividad entre los talleres, focalizado especialmente en la creación de marcas colectivas. Un objetivo muchas veces común entre estos talleres, es avanzar a una etapa superadora que consiste en comercializar directamente su producción en el mercado con una marca propia. Las marcas colectivas constituyen una de las innovaciones más significativas en lo que concierne a la política comercial local e internacional. De acuerdo con la Ley 26.355 sancionada en febrero de 2008 en Argentina, marca colectiva es todo signo que distingue los productos y/o servicios elaborados o prestados por las formas asociativas destinadas al desarrollo de la economía social. Suelen utilizarse para promocionar productos característicos de una región, ayudando no sólo a comercializarlos dentro y fuera del país, sino también proporcionando un marco de cooperación entre los productores locales a través de la valorización del origen territorial de los productos y del know-how local. De hecho, la creación de una marca colectiva debe acompañarse con el desarrollo de ciertas normas y criterios y de una estrategia común. Al agruparse varios talleres, y registrar el producto bajo una misma marca, la misma hace las veces de aval, y ello aumenta la visibilidad y competitividad, introduciendo una lógica de producción en escala.

4-Promoción de políticas e instrumentos que promuevan el blanqueo de los talleres:

Por último, se puede decir que la informalidad es un tema complejo que impone una serie de desafíos. Por lo tanto recomendamos la generación de un marco jurídico apropiado que

contemple las particularidades de este sector. Esto implica tanto la imposición de mayores controles para disminuir la evasión (fiscal y/o previsional) como la revisión de la estructura tributaria que, evidentemente, incentiva este tipo de prácticas. Consideramos que se deben generar posibilidades fiscales especiales para estos talleres de tal manera de lograr el blanqueo de los mismos.