

La economía oculta como forma de ajuste en la cadena de valor. El caso de la petroquímica-plásticos. Patricio Narodowski (Universidad Nacional de General Sarmiento)

pnarodow@ungs.edu.ar (con la colaboración de Cristian Matti)

Introducción

El trabajo tiene el objetivo de analizar la economía oculta (por ahora se dirá que es la no declarada, luego se avanza en una definición más precisa) en las empresas transformadoras de plásticos. El análisis tiene su importancia pues, si bien las transformadoras no son empresas típicamente generadoras de empleo, en este sector se han refugiado históricamente emprendedores de escasa dimensión, generalmente con poco capital inicial, que han visto crecer sus empresas en los '60 y '70 pero que en los '90 han sufrido una competencia muy fuerte, y además en su mayoría han tenido serias dificultades para incorporar las mejoras tecnológicas que constantemente se producen. Se realizó un trabajo de campo en los municipios de San Martín y Quilmes, lo que permite verificar ciertas hipótesis y donde se ve con claridad el deterioro de la situación de los pequeños empresarios del conurbano.

En el primer capítulo se parte de un enfoque que explica la existencia de estas firmas, en íntima relación con los actuales procesos productivos y las estrategias de las grandes firmas y la competencia generada por la producción en países de bajos salarios en un contexto de globalización. Además, se considera el efecto del retiro del Estado, el aumento de la desigualdad de ingresos y la consecuente profundización de las diferencias de consumo entre sectores y en los patrones de dicho consumo entre individuos con altos y bajos ingresos. Problemas que, a su vez, merecen un análisis específico a nivel de los entornos regionales y locales.

Con estas consideraciones, se analizan los motivos que llevan a las pequeñas empresas a ocultar su real nivel de actividad, asociados a diversas restricciones y potencialidades (patrones de consumo del producto, el lugar en la cadena de valor, necesidades de capital inicial y de innovación que requiere, el tipo de firmas clientes y las estrategias que tienen y el tipo de mercado en que actúan).

En el capítulo 2 se plantea una definición de economía oculta, tomando en consideración la metodología de un grupo de investigación de la UniNa (Grupo Mendolesi). Además se propone una tipología, cruzando tamaño, nivel de ocultamiento y capacidades endógenas. En el punto siguiente se define la metodología del trabajo de campo y otras fuentes de información.

Con posterioridad, se analizan los condicionantes para las empresas que vienen de la evolución de la economía y del sector específico en los últimos años, describiéndose la situación general de las pequeñas empresas plásticas en el boom del consumo.

Luego se analizan los condicionantes desde el sector, teniendo en cuenta en forma separada, los procesos, de los productos y mercados y la presión impositiva en los dos municipios bajo estudio.

Finalmente se trabaja con las hipótesis desarrolladas en general, para explicar concretamente las características de las empresas entrevistadas en el proyecto de acuerdo a la metodología expuesta. En las conclusiones se trata de sintetizar cómo la economía oculta, dados ciertos niveles de presión impositiva, es una consecuencia de una serie de elementos exógenos (la política económica en general y la industrial en particular), los condicionantes particulares de la cadena de valor (que influyen a través de exigencias de inversión, tecnología, calificaciones, etc) y las capacidades propias de las firmas para estructurar estrategias superadoras. Desde este punto de vista se puede explicar concretamente el deterioro de muchas empresas y el empobrecimiento paulatino de una parte del empresariado. Además se puede ver como algunas empresas ocultan pero son innovativas y crecen, por último se pueden estructurar estrategias desde lo sectorial y lo local, para resolver este tipo de problemáticas.

1) Las causas estructurales de la economía oculta y los contextos¹

Los estudios sobre economía oculta o informalidad (por ahora utilizamos el término indiscriminadamente) han tenido siempre que discutir, tanto en países centrales como periféricos, con la perspectiva neoclásica, según la cual sólo hay un problema de elección racional a partir de un análisis de costo-beneficio. El eje es el análisis de la presión fiscal y los costos administrativos que las regulaciones generan, ponderados por el riesgo de los posibles evasores de ser descubiertos, por eso la presencia de un marco jurídico compuesto por muchas normas, pero al mismo tiempo confuso y endeble aumenta al mismo tiempo el estímulo y las posibilidades de evadir².

Como se sabe, si bien estas posiciones han sido siempre, y siguen siendo fuertes (Comisionado Europeo, 1998; Schneider, 1998; Schneider-Enste, 2000; Ghersi, De Soto, Ghibellini, 1986, De Soto, 1989), a lo largo de toda la posguerra han protagonizado una interesante polémica con aportes fuera del enfoque racional (Tockman, 1990, PREALC, 1978).

Los llamados estructuralistas norteamericanos analizan la informalidad, con una dinámica estrechamente relacionada con la lógica productiva del resto de economía (Castells y Portes, 1989, Saskia Sassen, 1997). El planteo se ubica en el contexto del cambio de paradigma tecno-organizacional y las nuevas condiciones del comercio internacional. Tiene un lugar central la influencia de la producción flexible que incentiva nuevas formas de empleo en el sector secundario y - más aún- en el terciario. Esto no significa que flexibilidad sea sinónimo de informalidad, sino que ésta es una forma que adopta la flexibilidad, en ciertos contextos, y acotado a ciertas fases de los procesos. Como plantea Rodrik (1998), hay en la actualidad una fuerte competencia entre

¹ La búsqueda bibliográfica y la discusión teórica es parte de un trabajo conjunto realizado con el Lic. Jorge Golla.

economías de diverso grado de desarrollo y salarios, por eso un número creciente de empresas manufactureras se enfrenta en el mercado con la competencia de importaciones baratas, lo que las obliga a trabajar con niveles menores de beneficios. Por eso, una estrategia es mantenerse en el "core" del negocio y terciarizar los productos y servicios de menor rentabilidad en otras empresas de menor envergadura. Estas, en muchos casos deben subfacturar y tener trabajo en "negro" para mantener niveles mínimos de rentabilidad. Un ejemplo claro al respecto es la estrategia seguida por las casas de moda del norte de Italia, que explotan marca y capacidad de "desing" y terciarizan buena parte de la producción concreta al sur de la península o al Asia. En esta explicación, la informalidad se circunscribe a ciertos eslabones de la cadena de valor.

Además, sobre todo en los países subdesarrollados, como consecuencia de las estrategias específicas llevadas a cabo (Rodrik, 1998) pero también como una continuidad de los problemas asociados a las estructuras económicas duales, la producción flexible se dio con el aumento de la desigualdad de ingresos y la consecuente profundización de las diferencias en valores absolutos y en los patrones de consumo entre individuos con altos y bajos ingresos. En efecto, en estos países también se ha producido una reestructuración con una marcada orientación hacia los mercados mundiales, se observan en las empresas nuevas formas de flexibilidad y también nuevas formas de informalidad asociadas al esquema descrito, sólo que estos procesos aparecen mucho más confusos porque se dan junto a la sobrevivencia, y en muchos casos el predominio, de las dinámicas de informalización más antiguas, más claramente asociadas a la precariedad de los mercados y las unidades productivas.

Lo que surge del análisis precedente es que una parte de la informalidad puede ser una forma de ajuste en la cadena de valor, comandada por la empresa con poder dentro del cluster, en general de alto beneficio, en detrimento de las de baja rentabilidad (Vincenzo Marino, 2000). La cuestión nos remite al problema más general del poder en la red de subcontratación y al ajuste en períodos de crisis a lo largo de la cadena³, la informalidad no está asociada necesariamente a la falta de capacidad competitiva sino a la lógica del mercado de cada sector en particular, por eso, el fenómeno se denomina economía oculta.

Por lo expuesto, este enfoque no se circunscribe a los sectores tradicionales, mano de obra intensivos, como calzado o textil, sino que puede ser utilizado en todas las cadenas de valor de la economía.

² Hay una perspectiva de origen neoclásica que plantea que los teóricos de la economía dual (que veremos a continuación) pueden ser un caso particular de elección racional pero con agentes que tienen un conjunto de oportunidades mucho más acotado por la pobreza, la falta de educación, etc. (Lodola y Moccero, 2001)

³ En la UNGS hay varios proyectos de investigación en curso que pueden ser útiles para develar el problema (Bisang, 2000).

En el presente trabajo se ha intentado analizar las hipótesis descriptas en un contexto como el argentino, en la cadena de valor de la petroquímica y los plásticos. Si bien las transformadoras no son empresas típicamente generadoras de empleo, en este sector se han refugiado históricamente emprendedores de escasa dimensión, generalmente con poco capital inicial, que han visto crecer sus empresas en los '60 y '70 pero que en los '90 han sufrido una competencia muy fuerte. Además, en su mayoría han tenido serias dificultades para incorporar las mejoras tecnológicas que constantemente se producen.

Causas teóricas de la EO y tipos de empresa

A fin de avanzar en las categorías necesarias para el caso bajo estudio, se han identificado diversos tipos de empresas:

1) Por un lado encontramos el grupo de firmas que dominan el mercado, tienen el "core" del proceso productivo, el diseño, la marca y la comercialización, se observan durante los '90 altos beneficios, salarios altos aunque inestables para los profesionales de mayor nivel y un estrato de bajos salarios, part time o con contratos precarios pero de alto nivel cultural. Son empresas que ocultan poco.

2) Los mayores niveles de la economía oculta surgen como la contracara, el equivalente de la flexibilidad pero a bajo costo en la misma cadena.

a) La economía oculta en las proveedoras de empresas mediano-grandes industriales y cadenas de comercialización, de altos beneficios. Las empresas mencionadas en el párrafo anterior, subcontratan en muchos casos a otra, la producción de algún insumo, una parte o un producto final particular. Los últimos pueden subcontratar a su vez, los procesos que requieren trabajadores de menor calificación a talleres chicos o familias, donde es posible encontrar un alto nivel de ocultamiento. En este caso, cuando se verifica esta dinámica, la EO es funcional al proceso productivo de las empresas de altos beneficios, la subfacturación y el trabajo no -o sub- declarado van juntos y son parte del mismo fenómeno.

En un caso extremo, por ejemplo, los cartoneros que juntan plástico son completamente informales, recogen los plásticos, ordenan, lavan, secan, le venden a un taller (donde seguramente la proporción de ocultamiento es menor, pero donde las ganancias en algunos períodos pueden ser adecuadas mientras los trabajadores en negro ganan poco) que la procesa y la vende a una empresa mediana grande que una parte seguramente la compra en negro, sin asumir responsabilidad respecto al proceso anterior.

A medida que se desciende en esta cadena, alejándonos del mercado, la EO va dejando lugar a la precariedad. Las empresas o los trabajadores precarios del mundo tradicional aprovechan la demanda del mundo virtuoso, pero están obligadas a un nivel de competencia estresante. Las

empresas elegirán su estrategia, dada cierta situación económica y sectorial general, de acuerdo a diversos factores:

-Utilización del poder en la cadena de valor: se trata del tipo de relación que entabla el cliente con los proveedores. En la relación estrictamente comercial, se trata de la fijación de los precios, la forma y plazo de pago, forma de establecer el porcentaje de subfacturación. Hay otra parte de la relación, la de los vínculos no estrictamente comerciales, el trabajo en red: la realización de proyectos conjuntos, reuniones, transmisión de experiencias, sugerencias, etc. En un extremo tenemos a la cadena de descuentos, que presiona a la baja de los precios y paga a 180 días y en el otro a las empresas industriales que organizan redes de proveedores.

-El tipo de producto, el mercado, la estrategia de la empresa cliente y el lugar de la empresa en la cadena de valor.

Hay productos que son fundamentalmente simples, que requieren materiales estandar, con diseño y matricería de poca originalidad, pocos dibujos y colores, escasa incorporación de electrónica), generalmente de baja calidad (con pocas posibilidades de aumentarla) y precio. Son los insumos de plástico que se utilizan en productos que a su vez son simples y de bajo precio, por ejemplo, la botella de lavandina, o incluso, las partes muy simples de productos complejos, como las partes plásticas de artículos de electrónica, artículos del hogar, repuestos para automotores). También son simples los productos de plástico, que son justamente de plástico porque se valora su simpleza y bajo precio, por ejemplo, buena parte de bazar y menaje. En todos estos productos puede haber alguna complejización, pero mínima, la proveedora debe estar en condiciones de cumplir, lo que implica cierta capacidad organizativa y los márgenes de rentabilidad son muy bajos. La necesidad de subfacturar y tener empleados en negro aumenta.

Por otro lado, hay productos de mayor complejidad potencial. Bienes con características especiales por el material, por el diseño o la matricería.. Sólo que dicha potencialidad puede ser aprovechada o no, esto significa que puede haber productos complejos de alta y media o de baja calidad y precio. También se considera que es complejo un bien que si bien es conceptualmente simple, es tan importante para el proveedor, que éste exige no en el producto en si, sino en la forma de entrega, el control de calidad, etc. En todos estos casos se requiere de una cierta capacidad de la proveedora y la rentabilidad es mayor. Suele haber acuerdos estratégicos entre demandante y oferente.

En cuanto al tipo de mercado, las firmas-clientes que aquí se consideran son preferentemente proveedoras de los mercados de calidad medio-alto, con productos de una complejidad y calidad similar. Pero muchas veces invaden mercados de calidad y precio bajos. (Las mismas cadenas de comercialización suelen incorporar en época de crisis productos de este tipo, como por ejemplo, las

líneas de pasta seca a base de trigo). Por eso, este tipo de clientes suelen tener relación directa o indirecta con todo tipo de proveedores.

La irrupción de China en los mercados ha agregado la competencia de un nuevo tipo de producto: el producto complejo, de calidad, pero de bajo precio, lo que presiona a la baja de los precios y a la subfacturación en todos los productos y mercados.

Con la consideración sobre la táctica respecto al aprovechamiento de su poder en la cadena de valor, y teniendo en cuenta el tipo de producto y el mercado, la firma cliente puede exigir productos simples o complejos de mayor o menor calidad y precio y más o menos subdeclaración de la facturación, pero seguramente el esquema provoca un enorme stress competitivo, que puede dar lugar a la subdeclaración y el trabajo en negro en el resto de los eslabones de la cadena.

-Variable endógena: la potencialidad de las empresas de los eslabones más alejados del mercado, que fabrican partes o productos para firmas (industriales o comercializadoras) que actúan preferentemente en mercados de calidad medio-alta, de acceder por sí mismas a dicho mercado con bienes más complejos de mejor calidad, esto depende sobre todo de su capacidad innovativa (sobre todo para desarrollar una marca y un diseño propios) y su estrategia de comercialización.

b) La economía oculta en las pequeñas empresas que producen bienes simples o complejos pero en mercados de baja calidad o que son proveedoras de otras pequeñas empresas que producen bienes similares y a su vez actúan en el mismo tipo de mercado. Es la EO que responde a la lógica de la informalidad tradicional, pero mucho más interconectada con el resto. Si bien parecen satisfacer otro tipo de demanda y por lo tanto no tener tanto que ver con la lógica de las empresas de alto beneficio, en muchos sectores, las innovaciones de los últimos años ha hecho que las posibilidades de permanecer totalmente autónomas del mercado más competitivo sean menores, por lo tanto el cerco se estrecha y los productos llamados simples son menos que en décadas pasadas (en el sector plásticos, por ejemplo, los juguetes cada vez tienen más movimiento, lo que requiere de una parte electrónica, los productos para bebés, de simple fabricación, requieren de materiales más complejos), los productos potencialmente complejos son cada vez más en proporción al resto. En este caso, se debe analizar:

-Variable exógena: la evolución de los niveles de consumo dentro del ciclo económico, así como los cambios en los patrones de dicho consumo, motivados por causas exógenas o por una regresiva distribución del ingreso que profundiza la segmentación. Esto da una idea del tamaño del mercado de los diversos productos con sus diversos precios y calidades y da también cuenta de la ferocidad de la competencia.

-El tipo de producto y mercado. En este segmento predominan los productos simples o complejos de baja calidad, donde sólo es posible la competencia por precios, con pobres márgenes de ganancia.

-Variables endógenas: la potencialidad de las empresas de cambiar de producto para pasar de uno simple hacia algún otro más complejo, siempre en este tipo de mercados de bajos ingresos o bien su potencialidad para acceder directa o indirectamente a los mercados de más alto poder adquisitivo con un producto más complejo y de más calidad.

La eo y los contextos

La experiencia demuestra que en los contextos en que prolifera la EO también se observa una fuerte ruptura con el Estado y las instituciones. El enfoque que utiliza Mendolesi (1984) para analizar la economía oculta en los contextos específicos del Mezzogiorno es complementario del anterior. Según él, las transformaciones observadas en la sociedad y en la economía en las últimas décadas ha generado o dejado sin resolver, problemas con la alianza social que sostiene un determinado modelo de relación de lo público y lo privado, sobre todo en las regiones más atrasadas de los países centrales y en los PSD, donde predominan las economías duales. Allí, no sólo se verifica una más baja productividad del trabajo, también diferenciales importantes en el rol del Estado, la calidad de las instituciones así como elementos subjetivos que deben tenerse en cuenta.

Así, se suma a los problemas de la industrialización ligera de las economías duales típico del análisis de Prealc⁴, una visión hirshmaniana en la que las características de la cultura y de la identidad local construidas en la acción a través del tiempo, determinan (y al mismo tiempo son determinadas) un tipo de sociedad, cierto Estado y ciertas instituciones, en un ambiente que se reproduce en esos mismos comportamientos.

Desde esta perspectiva importa por un lado, a nivel del Estado y las instituciones nacionales, el tipo de estrategia de desarrollo y por ende las regulaciones macroeconómicas que inciden fuertemente en la evolución de las tramas. Y por otro lado, importan los entornos regionales y locales, como explicativos de las especificidades (Mendolesi, 2000; Tagle, 2000), se supone una fuerte interrelación bi direccional entre desarrollo local y EO. Este ambiente explica porque la EO se encuentra también en espacios locales con alto nivel de EO pero en cadenas de valor dinámicas o con perspectivas de serlo, en empresas que podrían competir en calidad, pero no lo hacen y se quedan compitiendo por precio, donde la competencia externa obliga a bajar costos hasta el

⁴ "El desempleo se explica por las deficiencias de la estructura productiva, el crecimiento y composición de la población en edad de trabajar y el aumento de la tasa de actividad, en especial femenina. En la oferta laboral hay problemas de calificación educativo, sumado a la imposibilidad de sostén de parte de la familia, condicionan la búsqueda de trabajo, surge, entonces, una dinámica laboral asfixiada que ante los cambios prefiere mantenerse a la sombra de la protección y la asistencia."

extremo. Es decir, así se explica porqué hay empresas que ocultan su actividad o una parte cuando, según los parámetros de la teoría convencional, les convendría no hacerlo.

2) La definición de economía oculta y una tipología específica para el caso bajo análisis.

La variedad de los nombres usados en esta temática: economía irregular, oculta, sumergida, informal, dan cuenta de algunas diferencias importantes (Presidencia dell'Istituto Nazionale di Statistica, 1998; Gasparini, 2000, Beccaria, Jorge Carpio y Alvaro Orsatti, 2000; OIT, 1998).

Considerando los mencionados aportes de los dos enfoques analizados, la EO se estudia aquí dentro del sector, y éste es visto como un eslabón de la cadena de valor a la que pertenece (petroquímica-plásticos), con la influencia de la estrategia macro de desarrollo (las reformas estructurales de los '90) y en relación al espacio local que conforma (los elementos políticos, económicos, institucionales del municipio) de allí que la definición de economía oculta incluya a aquellas firmas en las que, al margen de su capacidad competitiva y su performance, se verifican las siguientes características:

- inexistencia de habilitación, o incumplimiento de la normativa sanitaria de los locales y/o
- evasión fiscal (sobre todo IVA) y evasión de contribuciones sociales a través de la subdeclaración y/o
- evasión de contribuciones sociales a través de la subdeclaración de personal (trabajo no registrado) o del salario verdadero (remuneraciones no registradas) o de las horas efectivamente trabajadas (horas no registradas).

Una empresa se define completamente oculta, si no tiene ni la habilitación precaria, por lo cual no está empadronada. Se considera a una empresa oculta parcialmente si su actividad se ubica en las estrategias 2 y 3 pero evadiendo en una proporción alta. En este sentido es muy difícil establecer cuánto se debe ocultar en relación con las operaciones totales para que la firma sea incluida en esta categoría. Se seguirá aquí el enfoque del Proyecto Excelsior de un mínimo del 30% (UnionCamere 1999).

Finalmente, se considera que una empresa no oculta su actividad cuando lo hace en una proporción inferior al 30%.

EO, crecimiento del nivel de ventas, innovación, tamaño.

Al interior del universo de empresas, a partir del supuesto de que no todo lo oculto es económicamente ineficiente, es posible encontrar firmas ocultas con buena capacidad de competir en el mercado en que actúa, lo que además le permite permanecer en él, esta variable será medida con el indicador de crecimiento de las ventas a lo largo del período.

No hemos podido contar con información sobre rentabilidad, pero hemos hecho un ejercicio para obtener la utilidad bruta necesaria por nivel de empleo por debajo de la cual, las firmas deben ocultar actividad para mantener una utilidad final (luego de los impuestos) positiva. Este dato es útil ya que el porcentaje obtenido es alto y hay sectores (en realidad, productos y mercados) de muy baja rentabilidad.

Habida cuenta de lo limitado que resulta el análisis del crecimiento de las ventas y más aun, con los cambios de las condiciones macroeconómicas, es necesario detectar las capacidades endógenas, es decir, se intenta analizar la capacidad innovativa de las firmas al margen de su performance. Las variables utilizadas son : certificación de calidad, procesos de control de calidad verificados por el entrevistador, procesos de mejora organizativa, técnicas utilizadas en el área de diseño y mejoras en diseños, existencia y utilización de una marca, utilización de herramientas informáticas. Un análisis de la variables y el modo en que fueron empleadas pueden verse en Narodowski y Matti (2003).

Por último, en nuestro enfoque, no hay a priori una correlación definida entre tamaño y ocultamiento, en la investigación nos hemos ocupado sólo de la EO en las pequeñas empresas. El tamaño se define según la cantidad de empleados declarados y no declarados (informados por el empresario o estimados por el entrevistador) al momento de realizarse la/s entrevista/s. La cifra que separa a las pequeñas de las pequeño-medianas es 8 y a éstas de las medianas es 30 empleados. En la muestra las medianas son escasas. y son analizadas como un sólo grupo.

Para realizar la categorización al interior de la muestra se cruzó tamaño, nivel de ocultamiento y capacidades endógenas. El conjunto de firmas puede subdividirse de la siguiente manera:

- 1) Pequeñas empresas innovativas, que ocultan su actividad en una baja proporción (Caso 1).
- 2) Pequeñas empresas innovativas, con alto nivel de ocultamiento (Caso 2).
- 3) Pequeñas empresas no innovativas, con alto nivel de ocultamiento . Consideramos "precarias" aquellas con alta proporción de ocultamiento, pobres capacidades endógenas y cuyas ventas han crecido por debajo del promedio (Caso 3).
- 4) Pequeñas empresas no innovativas que ocultan su actividad en una baja proporción (Caso 4).

Como se observa, en el trabajo de campo no se ha incluido la búsqueda de empresas completamente ocultas

3)Estrategia utilizada en el trabajo de campo⁵

Las particularidades de nuestro objeto de estudio y el enfoque hasta aquí planteado, obliga a combinar diversas fuentes de información con la observación directa a través de visitas a empresas empadronadas y de informantes claves. En otras palabras, para conocer la realidad oculta, se debe conocer el funcionamiento del sistema económico local y eso se logra con el contacto directo con los operadores.

Se intentó seguir la metodología de las personas informadas (Bergonzini, 1973), iniciando la búsqueda de información a partir de personas indirectamente implicadas que tienen un buen conocimiento del tema y menos problemas para revelarlos que los directos interesados: profesionales, miembros de instituciones, familiares, investigadores. (Aniello-Meldolesi, 1998,b).

Las empresas contactadas se encontraban empadronadas en los municipios. El trabajo incluye entrevistas a 94 empresas realizadas en los primeros meses del año 2002.

En relación al tipo de entrevista, cabe considerar que si bien es claro que la utilización de cuestionarios estructurados limita los resultados, se reconoce que los no estructurados son difíciles de procesar para obtener resultados concretos. Se ha definido un cuestionario estructurado para las empresas empadronadas y uno no estructurado para informantes claves y empresas completamente ocultas. Éstas últimas no han sido ubicadas en una cantidad suficiente⁶, por lo tanto, como ya se dijo, la muestra quedó formada por firmas que al menos cuentan con habilitación precaria, el análisis que se realiza de las firmas no declaradas son el resultado de las opiniones de informantes claves.

Las entrevistas las realizaron profesionales senior, algunos con una fuerte actividad en el municipio, en otros casos, no. En la metodología se pone especial énfasis en el recorrido del territorio y la generación de vínculos más estables con los entrevistados, de modo de poder profundizar los temas, entender el origen económico, social, institucional, cultural, político, entender la historia, encontrar los puntos de fuerza, de debilidad y la potencialidad del fenómeno de la EO⁷ (Meldolesi-Stamme, 1998). Como es posible imaginar, la mayor dificultad se encontró en la información sobre subfacturación y empleo en "negro". La pregunta se realizaba sobre el final de la charla o en una segunda entrevista, con un mayor nivel de confianza y era indirecta, se pedía una opinión "en general", tratando de obtener datos específicos.

⁵ Para la implementación de la estrategia de campo se ha contado con el inestimable apoyo de diversos integrantes del Proyecto CUORE di Napoli, fundamentalmente útiles han sido los intercambios realizados con la Profssa Liliana Baculo de UniNa, Nicola Campoli de la CNA Provincia di Napoli y las discusiones con Dario Stefano Del'Aquila, doctorando de Universidad Roma3.

⁶ En contraste, en el Proyecto Cuore que ha estimulado esta experiencia, los descubrimientos de empresas han sido muchos.

⁷ Estos estudios, a diferencia de las estadísticas oficiales sirven además para facilitar una reflexión autónoma de la comunidad sobre si misma y para generar la energía necesaria para el cambio.

4) Las pequeñas empresas plásticas en la cadena de valor

La evolución de la economía y el sector de los últimos años

Se ha mencionado en los párrafos precedentes, la influencia sobre la EO del ciclo económico, el tamaño del mercado, al cambio en el patrón de consumo y la segmentación de la demanda. Por lo tanto, debe considerarse lo sucedido con estas variables.

Uno de los indicadores que registraron mayor crecimiento en los '90 es el consumo de plástico, parte del boom del Plan de Convertibilidad y de un proceso global de utilización del plástico como sustituto de materiales tradicionales (vidrio, metales). Entre 1990 y 2000, el sector triplicó su nivel de procesamiento de termoplásticos, estableciendo una tasa de crecimiento anual acumulativa del 11.8% para la actividad, y triplicando el crecimiento registrado por el PBI para el mismo período (Ramal, 2003).

Sin embargo, la estrategia de desarrollo adoptada condicionó fuertemente el aprovechamiento del auge por parte de la mayor parte de las empresas. Por un lado, la manera en que se produjo la apertura golpeó fuertemente a algunos productos. El crecimiento productivo fue acompañado por una reducción en el número de firmas y, por lo tanto, de un fuerte aumento del tamaño medio.

Por otro lado, la forma en que se privatizaron las petroquímicas condiciona los precios de las materias primas, y no ha generado ningún impulso a la innovación en materiales ni una mejora en las relaciones al interior de la cadena de valor.

Por eso es que si comparamos la evolución de los transformadores con los sectores compradores, vemos que las plásticas locales no han logrado satisfacer las necesidades del mercado interno, que los importados lograban captar una buena parte del boom. En casi toda la década, los sectores que compran manufacturas de plástico, se ubican en niveles de mayor actividad que sus proveedores. La producción de plásticos durante el período 1993 - 1998 se incrementó en un 30%, con una baja importante en 1995 (CAIP, 2001). Cabe considerar que, ya en la segunda parte de la década, se empiezan a observar signos de la segmentación de los mercados de consumo.

En el año 1999 la producción comienza a ser errática y en 2000 comienza la tendencia a la baja, que aun persiste, si se la compara con el año 1998 (Tecnología del Plástico, 2002). Según Ramal (2003), entre 1999 y 2002 la industria perdió unas 170 empresas y unos 1000 puestos de trabajo. Las empresas más competitivas han podido amortiguar la situación, manteniendo un nivel de exportaciones de productos manufacturados relativamente altas, también están produciendo productos para los mercados de baja calidad. Las más pequeñas apuestan a este mercado, pero deben vérselas con las firmas más grandes.

Los condicionantes desde el sector. La cadena de valor petroquímica- plásticos⁸

Como hemos visto, en nuestro enfoque, la EO es, dada una cierta presión fiscal y un cierto riesgo de que la evasión sea descubierta, fundamentalmente una consecuencia de la especificidad de la cadena de valor, el tipo de producto y el mercado en el que la firma vende. A continuación se analizan algunos condicionantes que surgen de las características propias del sector, incluso a nivel mundial, pero que tienen en nuestro país características propias:

a) La materia prima. Las materias primas aparecen como el componente principal y parecen condicionar la actividad, si bien es cierto que esto es típico de esta industria, las proporciones podrían cambiar si mejorase la calidad de los procesos, sobre todo el diseño y la matricería. Las mejores posicionadas en el mercado, son identificadas por el tipo de valor agregado, el peso de los insumos, baja.

La relación de las pequeñas empresas (PE) con los proveedores es muy pobre, las grandes petroquímicas no les venden por problemas de volumen, falta de continuidad e incumplimiento. Hay un sinnúmero de distribuidores que se ocupan de este segmento en un mercado minorista con precios mucho más altos. Este es el inicio del círculo vicioso de la calidad y de las dificultades para bajar precios de venta.

b) La comercialización. Como ya se mencionó, se trata de un sector con alta proporción de trabajo para terceros debido a la importancia de las industrias compradoras: alimenticias, automotores, electrodomésticos, además, en el boom del consumo el trabajo para terceros de incrementó ante los continuos aumentos de pedidos. En el caso de las que producen un producto final, como en casi todos los sectores, la aparición de las grandes cadenas, impacta en la relación producción - comercialización. En todos los casos, muchas veces pueden mediar distribuidores y mayoristas⁹. La importancia de la terciarización -sobre todo, pero no únicamente, en productos simples o potencialmente complejos de baja calidad- genera la existencia de plásticos que inyectan/soplan alternativamente para diversos productos, en diversos mercados, al mismo tiempo produce cadenas de valor con muchos eslabones y explica la posibilidad de aplicar nuestra hipótesis del aumento de la EO a medida que los eslabones se alejan de los mercados.

c) La producción¹⁰. Para producir se requiere un diseño de producto, la matriz, los insumos y la inyectora/sopladora. Entonces, la productividad depende de:

⁸ El funcionamiento de la cadena de valor es el producto del trabajo realizado junto a Gustavo Marino, Cristian Matti y con la colaboración de Camila Devincenzi y Leticia Battista.

⁹ Un plástico suele recibir un 30% menos de precio cuando vende a éstos en relación a las ventas a un minorista o al consumidor final.

¹⁰ A fin de analizar algunos puntos claves del proceso, nos centraremos en inyección y soplado, aunque buena parte de las conclusiones pueden utilizarse para todos los procesos. Con la inyección pueden producirse casi todos los productos

1) la escala, un factor clave en esta industria, lo que limita mucho la capacidad de competir de aquellos que tienen problemas de mercado.

2) el diseño y la matriz, los equipos disponibles y la capacidad del matricero. En la matricería se necesita un buen parque de tornos y sobre todo, los de control numérico, cuyo valor promedio es de u\$s 50.000, así se logra precisión absoluta, calculando además la compensación del desgaste de las herramientas en forma automática, produciendo procesos con cero defecto, logrando infinitas piezas exactamente iguales. El diseño de una pieza o matriz se hace en un equipo informático, cuyo resultado es volcado al programa del torno, que interpreta la instrucción, logrando una coherencia perfecta entre diseño y construcción. El que no tiene esta tecnología está necesariamente destinado al mercado de productos poco complejos, baja calidad y precio, rentabilidad mínima. Además, la falta de una tecnología para hacer matrices grandes, explica una parte de las importaciones.

3) La maquinaria: velocidad y capacidad.

Las inyectoras más modernas aseguran mayor calidad, productos más livianos pero muy resistentes, ahorro de materiales y velocidad (por ejemplo, una inyectora de los '80 producía 1 balde de 10 litros por minuto, ahora produce 1 cada 23 segundos).

4) la superexplotación del/los plastiquero/s, este es un fenómeno muy difundido ya que la producción en serie no exige alta calificación. En los casos en que los pedidos son poco constantes, esta situación es más profunda ya que se trata de hacer todo lo posible con el escaso personal en blanco. En los picos de actividad se convocan empleados sin experiencia. Todo esto atenta con la terminación del producto.

5) La incorporación de conocimientos específicos y la capacidad de trabajo en red entre las diversas etapas descriptas. Esta necesidad es vital naturalmente entre plastiquera y cliente, pero sobre todo en la relación matricero-plastiquero. Generalmente no existe y buena parte de las plastiqueras tienen su taller de matricería.

6) Las actuales condiciones de certificación. La producción y comercialización deben realizarse siempre bajo mayores exigencias, ya sea por los elementos que contienen (ej.: alimentos, medicamentos), por los usuarios finales (ej.: bebés, niños), por seguridad (ej.: electricidad, agentes retardadores de fuego), por resistencia mecánica (ej.: tracción, golpes). Los costos de certificación y laboratorios son elevados y muchas empresas no pueden afrontarlos, destinando sus productos a los mercados de menor calidad y seguridad.

Los productos en particular y los mercados

Como se mencionó en los párrafos anteriores, las características de los mercados son un elemento importante en el análisis de la economía oculta. Los mismos, para los casos en que se produce un

de juguetería, bazar, autopartes, etc. El soplado se utiliza para todo lo que es botella y similares, es decir es fundamental

insumo intermedio, responden a la lógica del mercado de consumo del producto final. A continuación se analizan algunos casos específicos:

Envases. Representan, según diversas fuentes, la mitad de los usos del plástico (alimentos, medicinales y limpieza, principalmente). En los casos en que la cliente actúa en mercados de mediana-alta calidad, si el producto requiere de un envase complejo y de calidad, sobre todo por la forma o la impresión o hay ciertas exigencias en la entrega, ambas empresas son grandes y suele haber algún tipo de acuerdo estratégico, la matriz es de la plástica y si ella lo necesita, terceriza a plásticos más chicos.

Los plásticos chicos en estos casos se deben conformar con actuar como segundos proveedores o como subcontratadas de las plásticas grandes- medianas. Esto sucede en rubros como lubricantes, jabones, detergentes y en la vasta gama de lácteos (soplado o termoformado), bandejas para alimentos (poliestirenos, PET y polipropileno), y los vasitos de poliestireno expandido (de "tergopol"), envases flexibles para papas fritas, golosinas, atados de cigarrillos, donde ha habido una fuerte concentración en pocas firmas de envergadura que fraccionan y envasan por su cuenta. Por otro lado hay alimenticias (mostaza), la mayor parte de los productos medicinales o empresas de artículos de limpieza (lavandina) medianas y algunas grandes que actúan en los mismos mercados pero también con algunos productos que requieren un envase muy simple. También hay una fuerte concentración de proveedores de envases pero muchas firmas mediano - grandes directamente tratan con plásticos de menor nivel, que muchas veces, rotan.

En esos productos pero en mercados de baja calidad, son los clientes de marcas menos reconocidas que contratan plásticos del mismo tipo (gaseosas, aguas minerales, productos de limpieza, mayonesas, heladerías, portacosméticos y porta lápices labiales).

De todos modos, donde proliferan las pequeñas empresas es en los envases flexibles. Los bolseros fabrican infinidad de tipos de bolsa, pero tal vez las más comunes sean las bolsas tipo camiseta de polietileno (con o sin impresión) y las de polipropileno, estas últimas en general impresas y con manija. Trabajan para terceros en relaciones muy flexibles. Hay una fuerte competencia por el precio y altos costos de transporte. Estratégicamente está el problema de que están en el polietileno cuando cada vez tiene más importancia el film stretch para paletizado manual y automático y los termocontraíbles.

Partes para autos y otros. Las más importantes son los paragolpes, faros, alfombras internas, las protecciones para autos (zócalos y puertas). La producción para las terminales se ha concentrado enormemente y durante los '90 la mayoría importaba del Brasil. La producción de repuestos para

reposición tuvo una profunda crisis en el mencionado período y se achicó notablemente. Allí se supone que hay una alta proporción de “economía oculta”, que compite con "el desarmadero". Por otro lado, está la fabricación de partes plásticas de electrodomésticos y pequeñas maquinarias de jardín. En este mercado siempre han habido talleres informales de accesorios, muy relacionados con la informalidad de los talleres metalúrgicos.

Los juguetes. Han sido el sector que más a sufrido la competencia externa, además el juguete ha cobrado movimiento y requiere de partes electrónica, finalmente, hay nuevas exigencias ecológicas y de control de materiales. La aparición de las grandes cadenas de comercialización ha coincidido en los '90 con el auge de las licencias y casi todas ellas son extranjeras (principalmente Disney). Los nacionales que lideran hoy el restringido mercado son, según el tipo de juguete: Lionel SA (Mis ladrillos), Caupur s.a (Duravit), Rivaplast, Ruival, Marplast, Rondin Tlantis SA (juegos de salón), Muñecas Yolibel y Antec Andina (San Luis) con licencia de Playmobil. Las grandes cadenas están reemplazando los importados por estas marcas, son todas empresas medianas o chicas que actualmente tratan de reactivarse. Hay además un segmento más chico, con más alta tasa de "trabajo en negro" que ha reemplazado al importado de los kioscos y los negocios "todo x dos pesos".

Productos afectados por los nuevos sistemas de comercialización En este caso se encuentran la construcción, bazar y menaje, muebles de jardín y los juguetes.

En la *construcción*, en la primera parte de la década el mercado fue segmentado por las privatizadas, luego, la aparición de Easy y las grandes cadenas de supermercados modificó la lógica, ya que una parte importante se comercializa por esa vía. Las más chicas le venden a distribuidores o a las ferreterías, casas de electricidad y sanitarios.

En artefactos eléctricos y cables el segmento de las cadenas es atendido principalmente por Sica, Kalop, Edy, Atomlux y Pirelli.

Es un rubro donde se debe realizar un fuerte control de calidad, dado que son productos eléctricos y tiene que cumplir normativa de seguridad específica con pruebas en planta, ensayos y certificaciones. A pesar de eso, algunas partes son realizadas por fasoneros en el mercado informal. También existieron denuncias de entrada de productos del exterior no certificados. La extensión de las redes de agua potable y cloacales atrajeron a la Argentina algunas firmas internacionales líderes en el segmento: el grupo Amanco, Nicoll (de origen belga) y Tigre (de origen brasileño). Las tres empresas, junto a Tuboforte, concentran el 85% del procesamiento de PVC para tubos y fittings (Ramal, 2003). En redes domesticas, sobresalen IPS con más del 50% en agua caliente, Aquasistem del grupo DEMA y Ecoagua.

El punto central en este producto se relaciona con el diseño de codos, válvulas y uniones, como así también las herramientas para su instalación, las que poseen un desarrollo de diseño industrial muy

estudiado y en general patentado. Los productos de segundas marcas o sin marca, imitan a los líderes dándole idénticas características de detalles y hasta colores. En los últimos años, el segmento experimentó una fuerte contracción, siendo la producción del 2002 un 30% inferior en relación al año anterior. Actualmente, las firmas líderes se encuentran operando a un 50% de utilización de capacidad

En accesorios plásticos para carpintería de aluminio sobresale Aluar pero hay infinidad de pequeñas empresas y carpinteros.

El rubro *bazar y menaje* ha crecido en ventas, pero se ha concentrado, en los '70 había una 50 empresas mediano-pequeñas que se distribuían el mercado, hoy tres cubren el 80% (son Colombraro, Nuva y Mascardi). En este rubro es donde más ha proliferado la instalación de cadenas de locales propios por parte de los más grandes.

En el rubro antes llamado menaje, se fabrican ensaladeras, computeras, potes, bandejas, cubiertos, vajilla y vasos descartables, recipientes de todo tipo. Las más chicas le venden a papeleras y casas de envases, cotillón. Hay un mercado de muy baja calidad y presumiblemente en negro de vasos para discotecas, "bailantas", etc.

Procesos similares ha vivido el rubro de *muebles de jardín*, que ha tenido un fuerte boom en el consumo, promovido por las grandes cadenas pero, en los '90, con artículos importados de bajo precio. Hay dos fabricas importantes: Hartmann (filial de su similar canadiense, que durante los '90 habría seguido una estrategia importadora por presión de la casa matriz), empresa que recientemente discontinuó su producción y Garden life, actualmente en convocatoria de acreedores.

Ilegalidad y economía oculta en la cadena de la petroquímica y los plásticos

1) Empresas completamente ocultas.

La mayor parte de las empresas empadronadas tienen habilitación precaria (por eso se consideran empadronadas) y sólo un pequeño porcentaje posee el Certificado de Aptitud Ambiental.

Los talleres totalmente ocultos se encuentran supuestamente en "los fondos de las casas" y en "las villas", productos simples que se realizan con máquinas chicas, sin matricería propia y en poca cantidad.

En las casas es casi imposible ocultar completamente la actividad ya que para contratar los servicios especiales de electricidad, hay que contar con la habilitación y parece ser muy preciso el control de las empresas cuando hay picos de consumo. Otro de los temas es el de los ruidos molestos, que permiten detectar los talleres. La aislación es costosa y en muchos casos, casi imposible.

Particularmente los vecinos en general denuncian los ruidos molestos y/o trabajos nocturnos. La presencia de maquinaria pesada además del ruido, también produce vibraciones de acuerdo a su

calibración respecto del piso. Esto es particularmente denunciado cuando se comienzan a producir deterioros en paredes y/o techos.

Según comentarios realizados en una entrevista con el gerente de la Cámara Argentina del Plástico, en los '70 hubo un boom de los talleres con una maquina inyectora pequeña, informales. En la actualidad esta actividad se ha reducido bastante debido a problemas de escala y a que el cambio tecnológico los descoloca.

Es más fácil el trabajo a domicilio de selección de piezas defectuosas, eliminado de rebabas (lo que indica matrices viejas y/o en mal estado), armado de productos constituidos por dos o más piezas, etiquetado y empaquetado final. El trabajo es rutinario y está vinculado a pequeñas fábricas plásticas que terciarizan estas actividades.

2) Las formas tradicionales de la EO. Existe una buena proporción de economía oculta en sus diversas formas: subdeclaración del IVA, familiares que no son socios ni están declarados, empleados en negro en momentos de mucha demanda o gran cantidad de horas extras sin registración ni plus en el salario. En cuanto al personal, la modalidad más vista es la de cubrir momentos de excedente de demanda con personal temporario, totalmente en negro u horas extras en negro de personas que ganan supuestamente muy poco. Esto es posible porque varios procesos son muy rutinarios (inyección, soplado, armado de partes), pero ya vimos que atenta contra la calidad. Por su parte, la subfacturación en las operaciones de venta del plásticero es sencilla debido a que es muy difícil establecer la productividad de la inyectora o la sopladora. Se pueden analizar varios casos:

a) En la cadena de valor de los plásticos como insumos de otras industrias, formada por cadenas-alimenticias/limpieza-plásticeros grandes-plásticeros chicos, y en la cadena de los plásticos para consumo final, formada por cadenas-plásticeros grandes-plásticeros chicos (bazar, juguetes, construcción) hay cierto consenso en que la subfacturación y el trabajo en negro aumenta a medida que se desciende en la cadena. No hemos podido indagar mucho en la relación cliente grande-plásticero grande, pero como vimos, en muchos casos son empresas vinculadas, incluso mundialmente. Se supone que son controladas por la AFIP, que realizan otras maniobras (elusión fundamentalmente) y que utilizan formas legales de desregulación de los contratos. En el caso de la relación entre las cadenas de comercialización y sus proveedores grandes de alimentos o de plásticos parece suceder lo mismo, aunque en los últimos años, las cadenas, debido al encarecimiento de las importaciones han ampliado su oferta con proveedores sin marca y de menor calidad que nos han manifestado la existencia de un "canal en negro".

De todos modos, es claro que la mayor evasión se produce cuando el cliente grande es provisto por un plástiquero chico directamente o mediante una plástiquera grande que subcontrata. Allí, el chico debe internalizar el IVA y lo hace trabajando con personal en negro.

b) En la cadena formada por pequeños y medianos supermercados/almacenes /alimenticias/limpieza (de baja calidad) -plástiqueros chicos y la cadena de pequeños y medianos supermercados/almacenes/ferreterías/ bazares-plástiqueros chicos, (bazar, juguetes, construcción) la subfacturación y el trabajo en negro parece recorrer todo el entramado, la relación es menos jerárquica y tiene la ventaja de que no se cobra el IVA al consumidor, por eso no se tiene que internalizar el impuesto en ningún eslabón de la cadena.

De todos modos, en la crisis, hay un deterioro de la exigencia de calidad de los clientes y una presión enorme a la baja de los precios que genera mejores condiciones para la economía oculta en todos los segmentos.

También se verifica un elevado nivel de ocultamiento en talleres de matricería no declarados. Las operaciones entre plástiqueros y matriceros pueden estar fuertemente subfacturadas ya que es muy difícil el control del precio de la mano de obra de una matriz. También incide en el mercado negro el matricero que “duplica” matrices que se hacen por pedido con diseño del cliente.

3) Operaciones ilegales.

Las operaciones ilegales son de difícil constatación. Se habla de contrabando, subfacturación, materia prima robada, pero en ningún caso se han verificado legalmente.

5) Los condicionantes desde el territorio. Economía e instituciones

No es posible aquí desarrollar ampliamente las características de Quilmes y San Martín, como territorios en los que se asientan las empresas encuestadas. Sólo nos interesa resaltar que el panorama urbano es similar a las descripciones de ciudades en crisis, con muchos problemas productivos e institucionales.

En cuanto a la presión impositiva que sufren las firmas, los cálculos realizados en los municipios bajo análisis muestran que en las pequeñas empresas (en general monotributistas) la misma gira en torno al 12%¹¹, con utilidades brutas que no superan el 22%. Estas firmas deben tener, según dichos cálculos una rentabilidad bruta del 13-14% para tener una utilidad neta 0. Las pequeñas-medianas (que no son monotributistas) sufren una presión impositiva del 26%, y muestran utilidades netas del 7%, como se ve, inferiores a las de las pequeñas empresas. La rentabilidad bruta que hace una neta igual a cero es 23-24%. El dato es fundamental porque esto hace evidente que hay una serie de productos con márgenes muy escasos.

¹¹ En estos cálculos, se tomó una empresa tipo por tamaño, definida por las medianas de las variables que surgen de las entrevistas.

En la presión influencia notoriamente las cargas patronales, le sigue en importancia el monotributo (que incluye el IVA) y luego las tasas municipales. A su vez, los empresarios identifican con un "problema público" las altas tarifas de los servicios de las empresas privatizadas que rigieron durante los '90.

El monotributo es un fuerte estímulo a la subfacturación por tratarse de una suma fija, además, demostrar escasa actividad permite seguir en el régimen. Como se ve, las plásticas no monotributistas tienen una presión impositiva muy superior.

En cuanto a la tasa de seguridad e higiene, en la mayor parte de los municipios de la PBA, la base imponible tiene en cuenta la cantidad de personal o los ingresos brutos de la empresa, otro estímulo a la evasión, por eso, en algunos se tiene en cuenta también la cantidad de metros cuadrados cubiertos, la cantidad de titulares o alguna combinación de alguna o todas estas características, que transforman a la tasa en un gravamen muy injusto.

6) Economía oculta, innovación y precariedad en las empresas plásticas visitadas.

En el cuadro adjunto se presentan las características de las empresas entrevistadas en el proyecto de acuerdo a la metodología expuesta.

Tipología	Potencialmente Complejo y alto nivel de calidad	Potencialmente Complejo y bajo nivel de calidad	Simple y bajo nivel de calidad	Participación sobre el total
Caso 1	50,0%	30,0%	20,0%	31,9%
Caso 2	12,0%	36,0%	52,0%	26,6%
Caso 3		15,8%	84,2%	20,2%
Caso 4		57,1%	42,9%	7,4%
Medianas	84,6%	7,7%	7,7%	13,8%
Participación sobre el total	30,9%	27,7%	41,5%	

Referencias:

Caso 1: Pequeñas empresas innovativas, que ocultan su actividad en baja proporción.

Caso 2: Pequeñas empresas innovativas, con alto nivel de ocultamiento.

Caso 3: Pequeñas empresas no innovativas, con alto nivel de ocultamiento .

Caso 4: Pequeñas empresas no innovativas que ocultan su actividad en baja proporción.

Como se puede observar, el 69% de la muestra de pequeñas empresas presentaba alto nivel de ocultamiento (Caso 2 y 3). De estas firmas, algo más de la mitad podía considerarse innovativa. Es decir el 27% de la muestra de pequeñas empresas (Caso 2) era innovativa y presentaba alto porcentaje de "negro". Si se observan los productos que fabrican, algo más del 50%, son simples, un 36% son potencialmente complejos de baja calidad, es decir, se compite por precio, con bajas rentabilidades. Del total de firmas visitadas de esta categoría, un 20% le vendía más del 60% de su producción a las mediano-grandes con importancia en el mercado, un 28% le vendía a empresas pequeño- medianas que le venden a las grandes, el resto a empresas similares del resto de los sectores y a distribuidores.

Una buena parte son fasoneros pero de mejor calidad, en ese marco intentan realizar productos con mayor valor agregado. Normalmente poseen talleres de matricería y disponen de tecnología reciente. Hemos visto (Narodowski y Matti, 2003) que dentro de este grupo, existe una mayoría de empresas del tipo familiar. En realidad, entre estas firmas surge una cierta pasión empresarial por hacer bien las cosas.

En cuanto a su performance, se puede decir, que la misma ha sido inferior al promedio. Sólo el 22.5% mostró un crecimiento de las ventas superior al indicador sectorial general del período. Y casi la mitad sólo tuvo un incremento de las ventas en todo el período de hasta un 10%. En la crisis, pueden ser las que más rápidamente modifican su producto para vender bienes de muy bajo precio, en el largo plazo, podrían estar capacitadas para entrar en mercados de más alto nivel. Son un importante sujeto de política.

Por otro lado, el 23% de las firmas ocultaba en un alto nivel y no era innovativo (Caso 3). Son las que podemos considerar "precarias", ninguna realizaba productos de alta complejidad y calidad, la mayoría (84.2%) produce bienes simples, otro 15.8% bienes complejos pero de baja calidad, no tienen vínculo con grandes empresas. Están principalmente actividades de extrusión, son las vulgarmente denominadas "bolseras" (film, bolsas, bobinas) y en menor medida son sopladoras de envases, en general para terceros de mercados de baja calidad y precio. Si realizan productos propios, estos son estándar (bazar).

Tienen problemas de escala, el número de maquinarias es escaso, en una proporción considerable de fabricación propia y los diseños son mayoritariamente copias. También, pocos tienen matricería propia y las formas son muy simples, venden sólo localmente, la mayoría es de origen familiar. Sólo el 12.% de ellas creció en facturación por encima del promedio. La mayor parte de las empresas visitadas atraviesan por una delicada situación financiera. Representan una gran exigencia

para la política, porque son muchas, pero salir de la baja calidad y de la informalidad no parece tarea sencilla.

El 31% restante de la muestra (Casos 1 y 4) son las firmas chicas que no ocultan mayoritariamente su actividad. La mayor parte de las mismas son innovativas (Caso 1). En estas firmas encontramos características endógenas muy similares a las del Caso 2, pero se dedican en proporciones mayores a bienes complejos de alta complejidad y calidad (la mitad de las visitadas en esta categoría). Otro porcentaje muy importante produce bienes complejos aunque de baja calidad, en realidad en este grupo se produce bienes complejos para ambos mercados. El 45% le vende a grandes empresas, de ese total, un 70% de las demandantes, por diversos motivos, exigen operaciones en blanco. Otro porcentaje importante (el 34%) vende directamente a consumidor final en ambientes muy expuestos. En general prestan particular atención a la actividad de sus clientes, y consideran que su producto es un servicio, por lo que comúnmente realizan proyectos conjuntos con otras empresas en donde se comparten costos y se planifica la producción en función de objetivos comunes.

En este grupo se verifica la mayor proporción de empresas cuyas ventas crecieron por encima del promedio (un 38%).

Finalmente, hay un grupo muy minoritario de empresas no innovativas no ocultas muy similares a las del caso 3, aunque con una actividad más continua, para clientes que exigen los papeles en regla en sectores como bolsas, extrusión y envases. Poseen muy poco personal, aunque con mucha antigüedad en la empresa y se caracterizan por tener un fuerte y prolongado vínculo con sus clientes. Su situación financiera es muy difícil, un 78% tuvo un escaso aumento de las ventas.

7)Conclusiones

A lo largo del trabajo se ha visto que, dada una cierta presión fiscal y un sistema de control de la evasión, la economía oculta depende de diversos factores: por un lado la política económica en general y la industrial en particular, que genera un tipo de ciclo económico muy inestable y una segmentación del consumo, que incide en los sectores específicos. En segundo lugar, surgen condicionantes particulares de la cadena de valor, empresas, productos y mercados, que influyen a través de exigencias de inversión, tecnología, calificaciones, etc. y que condicionan necesidad y posibilidad de ocultar la actividad. En tercer lugar teníamos las capacidades propias de las firmas para estructurar estrategias superadoras.

Estos condicionantes económico-sectoriales se potencian (en realidad se potencian recíprocamente) en espacios locales con serios problemas institucionales, deterioro productivo y una imagen de "periferia en crisis". Espacios locales que son una continuidad de los procesos políticos más generales, en los que además la presión impositiva es alta y los servicios contraprestados son

escasos. Donde la opinión generalizada es que "todos trabajan en negro" y poco cabe esperar de las autoridades.

La explicación incluye la cuestión de la presión impositiva pero no se limita a dicho problema. Desde este punto de vista se puede explicar concretamente el deterioro de muchas empresas y el empobrecimiento paulatino de una parte del empresariado. La crisis explica el nivel general de la economía oculta. Sin embargo, se puede ver como algunas empresas ocultan pero son innovativas y crecen, por último se pueden estructurar estrategias desde lo sectorial y lo local, para ayudar a resolver al menos en parte este tipo de problemáticas.

En la práctica, se vio que hay un tipo de pequeña empresa que es innovadora y que oculta poco, que fundamentalmente produce bienes complejos de calidad con una rentabilidad mayor, le vende a las grandes, pero al mismo tiempo tiene múltiples posibilidades comerciales. Por otro lado, hay dos tipos de empresas con baja rentabilidad respecto a la presión impositiva directa y alta proporción de economía oculta: una (caso 2) que es similar a la anterior, produce algunos bienes complejos de alta calidad, pero se dedica también a bienes simples o a potencialmente complejos pero destinados a mercados de baja calidad. La otra pequeña que oculta (caso 3) es escasamente innovadora, produce bienes simples y algunos pocos complejos de baja calidad. Además, a medida que baja la capacidad endógena, estas firmas se van alejando del mercado y se ubican en los últimos eslabones de la cadena. La permanencia en cada lugar, como se vio, tiene que ver con las condiciones estructurales mencionadas, pero también con la estrategia de cada firma y de las firmas pequeñas en su conjunto.

Es inevitable pensar que la solución debe pasar por parecerse al caso 1, entonces el objetivo de la política es que las empresas disminuyan las proporciones de trabajo para terceros con los que tienen relación jerárquica, mejoren la utilización de sus capacidades y su statu quo para que la EO le sea menos necesaria. Esa mejora buscada debe provenir de una mejor interacción entre empresas similares (relación horizontal) o ubicadas en distintos lugares en la cadena de valor (verticales) mediante el desarrollo de consorcios y otras formas de vinculación asociativa, más o menos permanente, con más o menos compromiso por parte de las firmas.

Las que actúan directa o indirectamente en mercados de calidad medio-alta, deben proponerse acceder por sí mismas a dicho mercado con bienes más complejos de mejor calidad. Este cambio le exigirá incrementar y mejorar la calidad de relación con las grandes industrias demandantes y con las grandes cadenas, sin intermediarios. En el mejor de los casos, asociarse con empresas de menor envergadura de las industrias demandantes y generar un producto conjunto de mejor calidad; montar bocas de ventas propias (como Colombraro), o bien exportar, en todos los casos deberán tener un menor nivel de ocultamiento.

El caso 3 es más difícil ya que debe pasar de un producto simple hacia algún otro más complejo y al mismo tiempo acceder a los mercados de más alto poder adquisitivo. Mientras predomine una economía de bajos ingresos, estas estrategias serán muy limitadas.

Bibliografía

Altimir O. y Beccaria L. (2000). “El mercado de trabajo bajo el nuevo régimen económico en Argentina”, La Argentina de los Noventa. Desempeño económico en un contexto de reformas, Tomo I, CEPAL, Eudeba, Buenos Aires.

Aniello-Meldolesi (1998) Italia che non c'è: quant'è, dov'è, com'è?, parte II, En: Rivista di Politica Economica.

Beccaria L., Carpio J., Orsati A. (2000). “Argentina: informalidad laboral en el nuevo modelo económico”, Informalidad y exclusión Social, SIEMPRO.

Bergonzini, L. (1973) “Casalinghe o lavoratori a domicilio? , En: “ Inchiesta” aprile-giugno.

Castells y Portes (1989) “El mundo sumergido: los orígenes, la dinámica y los efectos de la economía informal”, Bs As, Planeta.

Comisionado Europeo (1998). "Comunicación de la Comisión sobre trabajo informal", abril 1998.

De Soto H. (1989) “The Other Path”, Harper and Row, Nueva York.

Di Nardo, T., Caldarelli, R., (1998). “Rilevazione dell'occupazione sommersa con il metodo Bergonzini” En: Aniello, V., Meldolesi, L., (1998) Italia che non c'è: quant'è, dov'è, com'è?, parte II, En: Rivista di Politica Economica, 1998 (X-XI), pp. 263-476.

Gasparini L., (2001). “La Informalidad Laboral en la Argentina: evolución y caracterización”, En: La economía oculta en Argentina, FIEL.

Gherzi, E. De Soto, H.; and Ghibellini, M. (1986), “El Otro Sendero”, El Barranco, Peru: Instituto Libertad y Democracia.

Lódola A. y Moccero D. (integrantes del GIE) (2001).” El dilema de la economía informal: evidencias y políticas”. En: Cuadernos de Economía N° 59, Ministerio de Economía de Buenos Aires, La Plata, Mayo.

Marino V. (2000) "I Consorzi d'impresa tra spontaneità e strategie d'animazione" Primo Forum sugli Strumenti di emersione organizzato per el Comitato nazionale per l'emersione del lavoro non regolare ", Roma.

Meldolesi, Luca (1994). "Alla scoperta del possibile". En: "Il mondo sorprendente di Albert Hirschman". Bologna: Il Mulino.

Meldolesi, L. (2000), "Occupazione ed emersione. Nuove proposte per il Mezzogiorno d'Italia", Roma.

Meldolesi-Stamme (1998) "Note sulla metodologia della ricerca". En: Aniello-Meldolesi, 1998. En: "Rivista di politica economica" n.VIII-IX.

Narodowki y Matti (2003): Innovación y relación con el mercado en las pequeñas empresas del plástico de dos municipios de la Provincia de Buenos Aires (mimeo)

Portes, Manuel Castells, y Lauren Benton, (1989). "The Informal Economy, Studies in Advanced and Less Developed Societies".

PREALC (1978), Sector informal: Funcionamiento y políticas. PREALC, Santiago de Chile.

Proyecto CUORE (1999). UniNa- Provincia di Napoli, Primer Informe, Nápoli.

Ramal, M. (2003). "Industria de los derivados de la Petroquímica".

Estudios Sectoriales, estudio 1.eg.33.6. Préstamo BID 925/OC-AR. Pre II.

Coordinación del Estudio: Oficina de la CEPAL-ONU en Bs As.

Saskia Sassen, (1997). "Informalization in advanced market economies", ILO, Issues En: Development, Discussion Paper 20.

Schneider F. (1998), Nuovi risultati sull'andamento delle dimensioni dell'economia sommersa in 17 paesi OCSE, En: Rivista economica del Mezzogiorno a.XII n.1.

Schneider, F. y Enste, D. (2000). "Shadow Economies: Size, causes, and Consequences". En: Journal of Economic Literature 38 (1), marzo.

Tokman, (1990) “Mercados de trabajo y empleo en el pensamiento económico latinoamericano”.
En: “El Desarrollo desde dentro-Un enfoque neoestructuralista para la América Latina”. CEPAL.
Osvaldo Sunkel compilador).

UnionCamere. (1999) “Rapporto di Ricerca. Analisi dell’economia sommersa, del lavoro irregolare,
della domanda di lavoro e dei fabbisogni formativi in tre aree distretto dell’Italia.