



El Sector Indumentaria en Argentina

Informe Final

Buenos Aires, marzo de 2010

El Sector Indumentaria en Argentina

Índice

Resumen Ejecutivo

1.- Definición del sector y aspectos metodológicos

- 1.1.- Recorte sectorial
- 1.2.- Metodología de trabajo
- 1.3.- Fuentes de información

2.- Comportamiento sectorial a nivel mundial e impacto de la crisis internacional

- 2.1.- Contexto internacional
- 2.2.- Acuerdos internacionales para la cadena de valor
- 2.3.- Producción mundial de textiles
- 2.4.- Comercio mundial de textiles e indumentaria
- 2.5.- Impacto de la crisis internacional y conclusiones

3.- El sector de la indumentaria en la Argentina

- 3.1.- Evolución de la producción 1993-2008
- 3.2.- Cierres y aperturas de establecimientos productivos
- 3.3.- Empleo, productividad y salarios
- 3.4.- Comercio exterior. Exportaciones, importaciones y balance comercial. Destino de las exportaciones y origen de las importaciones
- 3.5.- El consumo aparente y su evolución 1993-2008
- 3.6.- Regulaciones. Valores Criterio. Licencias No Automáticas

4.- Características del sector

- 4.1.- Características del proceso productivo
- 4.2.- Cambios recientes en el sector por tamaño de empresas

4.3.- Principales características de los mayores eslabones de la cadena de valor

5.- La Cooperación Empresaria en el Sector Indumentaria como medio para crear Ventajas Competitivas. El caso de la Provincia de Buenos Aires.

5.1.- Los Distritos Industriales

5.2.- Los Distritos Productivos del Sector Indumentaria en la Provincia de Buenos Aires

5.3.- El Distrito Confeccionista de Mar del Plata.

6.- Mapa ocupacional

6.1.- Convenios colectivos de trabajo

6.2.- Demanda de calificaciones laborales requeridas por el sector. Perfiles

6.3.- Demanda laboral insatisfecha

7.- Consideraciones finales

Resumen Ejecutivo

La confección de prendas de vestir se caracteriza por ser intensiva en el uso de mano de obra, bajos costos salariales sustentados en una gran flexibilidad en la contratación y gestión de la fuerza de trabajo. Predominan las pequeñas unidades de producción y se emplean tecnologías maduras y relativamente sencillas, a la vez que cumple un papel importante en la generación de empleos de calificación técnica y de carácter doméstico.

La globalización en esta industria se vincula a estrategias empresariales de bajo costo y relocalización de los procesos productivos. Las empresas tienden a concentrar sus actividades en las áreas de marca, imagen, diseño, marketing y comercialización, tercerizando la mayor parte de la producción en talleres fuera de la empresa. La oferta minorista se organiza en grandes tiendas, comercializadores y fabricantes de marcas que se vinculan con un sistema de producción descentralizado en diversos países en desarrollo que exportan a los mercados centrales.

Este sistema implica un cambio en las fuentes de beneficios, que no dependen ya de la escala productiva o la tecnología, sino en la diferenciación de producto, el diseño, las estrategias de comercialización y marketing y los servicios financieros.

Este escenario se vincula a los sucesivos procesos de relocalización del último medio siglo, dentro de los cuales se produjeron tres importantes cambios. El primero ocurrió a fines de la década del '50 y principios de los '60 y fue desde Norteamérica y Europa Occidental hacia Japón. El segundo, en los '70 e inicios de los '80, fue desde Japón hacia Hong Kong, Taiwán y Corea. El último, en los '90, desde estos últimos tres hacia otras economías en desarrollo de Asia, principalmente a China, Indonesia, Tailandia y Filipinas y, en menor medida, hacia algunas naciones de Europa Oriental.

El crecimiento del comercio internacional del conjunto textil - indumentaria ha visto una importante aceleración en los últimos años debido al ingreso en las fases finales del Acuerdo de los Textiles y el Vestido y la aparición de China como gran proveedor mundial, fundamentalmente en indumentaria.

En este contexto de liberalización y crecimiento de los flujos comerciales y frente a la reciente crisis económica internacional, se observa una profundización de la tendencia hacia la relocalización de la producción y a la extensión de las prácticas comerciales proteccionistas. Este tipo de medidas y la caída del consumo mundial han implicado una caída del comercio internacional de textiles e indumentaria.

Se pueden identificar tres estrategias ante el nuevo escenario: (i) las economías asiáticas que, ante la apertura comercial y sobre la base de

abundantes recursos humanos, bajos salarios y condiciones laborales muy precarias, se orientan a la exportación; (ii) las economías más desarrolladas (Estados Unidos y las economías occidentales de la Unión Europea) que, a través de acuerdos voluntarios de restricción de importaciones de las economías emergentes, han decidido ir desmantelando su producción en las áreas más intensivas en mano de obra, reservándose el desarrollo del diseño, el marketing y la comercialización y (iii) los países latinoamericanos y de Europa del Este que, en una situación mucho más delicada, pretenden mantener su producción y desarrollan prácticas comerciales proteccionistas.

También aparecen algunas posibles oportunidades tras la crisis. Si bien hay países con menores costos laborales, la mano de obra barata no es, necesariamente, la ventaja competitiva decisiva. La competitividad depende también de otros factores como la calidad, el diseño, la innovación, la diversidad de productos, la rapidez para responder a cambios en el *mix* de producción, el cumplimiento de plazos y condiciones, la dotación y actualización de los bienes de capital, la localización, la infraestructura (especialmente en transporte), la calidad de la mano de obra, la situación sindical, el acceso y el costo de materias primas, la situación financiera de las firmas, la habilidad directiva y el apoyo del gobierno para resistir una lucha prolongada con la competencia.

En ese sentido, los países del Mercosur disponen de producción propia de materias primas (algodón, lanas, hilados), hay capacidad de diseño e innovación, mano de obra capacitada de costo intermedio, buena localización y capacidad de transporte adecuados.

En el período analizado el sector local debió soportar la agresión comercial provocada por el proceso de liberalización global y por la expansión de las exportaciones de China e India y de otras economías del sudeste asiático. En todos los movimientos de la economía, el sector actuó anticipándose al ciclo general, debido a sus bajos requisitos iniciales de capital y el alto sentido de pertenencia de los actores involucrados en la actividad.

Los años del modelo de convertibilidad dieron lugar a una fuerte reducción de los niveles producidos, que recién se revirtió después de la devaluación de 2002 y hasta el primer cuatrimestre de 2008, cuando se inicia un proceso contractivo fruto de la crisis internacional.

El efecto principal de la contracción en la producción fue un profundo proceso de reestructuración de la cadena de valor, donde la actividad tendió a desverticalizarse y a concentrarse fundamentalmente en los segmentos más intensivos en capital de la producción textil y en los de mayor valor agregado intensivo en capital y rentabilidad de la producción de indumentaria (corte, diseño, marketing y comercialización).

Esos cambios estructurales no afectaron la capacidad de reacción de esta industria tras la devaluación de 2002. Hasta el 2005 la expansión acumulada fue del 74,6%, mientras que entre ese año y 2008 del 17,7% mostrando una fuerte desaceleración.

A pesar del mantenimiento del crecimiento del consumo doméstico, la apreciación relativa en términos reales de la moneda nacional, la consecuente pérdida de competitividad frente al producto importado, la dificultad por parte de los talleres de confección para acceder al crédito y el elevado grado de informalidad de las firmas, que obstaculizaba las grandes expansiones productivas, fueron los factores principales que explican la desaceleración de la tasa de crecimiento sectorial.

No obstante la política de intervención del Gobierno en los mercados, el mantenimiento de un tipo de cambio competitivo encontró un límite en el conflicto con el campo en 2008. Allí comenzó una nueva etapa para la economía nacional y para esta cadena de valor en particular: ese conflicto y la posterior crisis económica mundial frenaron el ciclo de crecimiento. La cadena de valor debió afrontar un fenómeno exógeno adicional que agravó su situación: la expansión de las exportaciones de China, que volcó al mercado interno parte de sus excedentes de producción a valores depredatorios comparados con el resto del mundo.

Ese fenómeno incentivó de manera extraordinaria el negocio importador en la Argentina. En 2008 se alcanzó un record histórico de importaciones de textiles e indumentaria, un 50% más que en el pico de la convertibilidad en 1998. En particular, las importaciones desde China e India crecieron, desde 2003, 23 veces y 12 veces, respectivamente. Así, China desplazó a Brasil como principal proveedor externo del mercado nacional y pasó a representar casi el 60% de las importaciones totales de indumentaria.

En materia de empleo, la evolución del sector indumentaria ha sido más volátil en relación al rubro textil y al conjunto de la industria manufacturera. Mientras que, desde 1997 y hasta 2002, la confección de prendas de vestir perdió a casi la mitad de su dotación de empleados (-46,3%), el bloque textil bajó un 38,9% y el nivel general de la industria mermó un 30,3%.

Esta mayor sensibilidad de la indumentaria se vincula, básicamente, a tres factores: (i) alta incidencia del costo de la mano de obra en la estructura de costos; (ii) las empresas son más pequeñas que las textiles y que la media de la industria y tienen menor solvencia económica y capacidad financiera para adaptarse a los cambios coyunturales y (iii) estas pequeñas empresas carecieron de todo tipo de apoyo estatal para revertir ese fenómeno.

Tras la devaluación, toda la industria, el sector textil y la confección recuperaron parte de sus niveles de empleo. El sector textil recobró, entre

2002 y 2008, un 40% de trabajadores, como el promedio de la industria. En igual período indumentaria recuperó un 44,7% del empleo. Sin embargo, en los tres casos, se puede observar una marcada desaceleración en los niveles de generación de empleo. Los puestos de trabajo en las empresas de indumentaria cayeron un 8,3% en 2009 en relación a 2007.

Las exportaciones de indumentaria mostraron una fuerte expansión luego de la convertibilidad, alcanzando los 106 millones de dólares en 2008. Los envíos fueron en su mayoría a países limítrofes, representando casi el 70% de las exportaciones. Otro rasgo de este proceso exportador fue que el incremento viene acompañado por la internacionalización de las marcas y –en algunos casos- de inversiones en el exterior de las firmas argentinas.

Más allá del dinamismo exportador con un consumo doméstico que se expandió un 49% en los últimos seis años, la gran preocupación sectorial sigue siendo, como en la década pasada, el acelerado incremento de las importaciones. Esas compras alcanzaron los 348 millones de dólares durante el 2008 y la balanza del sector arrojó un déficit de 242 millones de dólares, casi el doble de lo registrado un año atrás.

Los Valores Criterio y las Licencias No Automáticas fueron particularmente importantes a partir del segundo cuatrimestre de 2008, cuando la economía comenzó a registrar signos de contracción. Los primeros limitaron las operaciones de subfacturación y las segundas su volumen.

El sector de la indumentaria está integrado por fabricantes y talleres de confección. Los fabricantes aportan el capital de trabajo, diseñan los productos, organizan esa producción -interna o externamente- y/o desarrollan marcas y/o canales comerciales. Por su parte, los talleres son los espacios físicos en los cuales se lleva a cabo la actividad confeccionista, la que mayor personal involucra, que consiste en la transformación de las telas en prendas, excepto en el corte donde existen economías de escala.

En general, los fabricantes de ropa tercerizan total o parcialmente la producción en talleres y focalizan su negocio en la fase comercial y –eventualmente- en el diseño. Mediante el desarrollo de marcas, diseño de productos y/o canales de comercialización las empresas buscan diferenciarse de sus competidores.

Por su parte, las importaciones son un factor fuertemente condicionante para el contexto de negocios entre las empresas del sector. Determinan en buena medida la estructura de la oferta de bienes en el mercado. Los precios de los productos importados establecen qué porcentaje ha de fabricarse localmente y cual ha de importarse. La rentabilidad de los fabricantes surge de esta ecuación y, a partir de la misma, la decisión de fabricar localmente o importar. Las compras externas son un “disciplinador” de precios para los talleres y un

elemento que le confiere mayor poder de negociación a las marcas. Estas optan por importar o no en función del costo que les representa producir internamente.

La modalidad de subcontratación permite a los fabricantes flexibilizar la producción, aprovechar los beneficios de la especialización y mantener menor cantidad de capital inmovilizado, incrementando su tasa de ganancia y disminuyendo riesgos. Esta modalidad 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”. 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 la estabilidad laboral y aceptación de pedidos por encima de la capacidad de producción o cierre de talleres por falta de trabajo.

Los talleres ocupan en promedio a 10 personas y suelen tener una organización informal. También se registran talleres medianos con más de 50 personas y que presentan una estructura más formalizada. En general, estas últimas trabajan para marcas, grandes tiendas o hipermercados.

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.

Una de las formas en que se diferencian los fabricantes es a través de las marcas. La marca es el símbolo que identifica a la firma y a partir de la cual ésta define sus políticas de distribución, comunicación y producto. A partir de esta idea es posible diferenciar dos tipologías de empresas: las que centran su estrategia en la marca y las que no. En general, las que no tienen marca producen ropa más *commodity* –de calidad media baja y con poco diseño- y de más bajo precio. Las que centran su estrategia en la marca buscan diferenciarse de sus competidoras a través del diseño, el marketing y el canal de comercialización.

Una parte importante de los fabricantes están integrados hacia adelante, es decir, poseen al menos un canal comercial que les permite llegar directamente al consumidor y a través del cual compiten con otras empresas que se dedican únicamente a la comercialización.

Las marcas *premium* venden mayormente a un público de ingresos alto y medio alto y suelen tener locales exclusivos –propios o franquiciados- a la calle y en los shoppings. Otro canal de venta es el *outlet*. Las de gama media apuntan a quienes tienen un nivel medio de ingreso y suelen ubicarse locales tradicionales, tiendas multimarca e incluso algunas han ingresado en

shoppings. Las de gama baja abastecen al consumidor de ingresos medio-bajo y sus principales puntos de venta son los locales tradicionales.

Un caso distinto a los anteriores es el de los hipermercados. Muchos de ellos aprovecharon su plataforma comercial para avanzar hacia atrás de la cadena (desarrollo de diseño y marca), siguiendo así una lógica inversa a la del sector. Han dejado de ser meros compradores de ropa (local e importada) de calidad media-baja para fabricar (a través de talleres externos) prendas con diseño y de calidad con su propia marca.

Si bien los supermercados presentan ciertas ventajas por tener dominio sobre el canal de comercialización, una reducida estructura de ventas (no tienen vendedores) y la favorable relación costo-precio de la ropa por metro cuadrado de exhibición, tienen mala imagen respecto del tipo de producto que allí que venden (de calidad media baja y sin diseño).

A diferencia del resto de los canales de comercialización, los grandes comercios minoristas (supermercados y grandes tiendas) manejan grandes volúmenes unitarios de ventas. Su oferta es mayormente importada.

Las grandes tiendas son amplios locales divididos en sectores (de ropa para hombre, para mujer, para niños, etc.). Las principales pertenecen a grandes empresas transnacionales. Estas tiendas suelen ubicarse en shoppings y en importantes arterias comerciales. Dentro de su oferta de productos la mayor parte corresponde a productos importados, de hecho son las principales importadoras del sector. Muchos de los productos que estas empresas compran del exterior provienen de otras filiales comerciales y/o de sus casas matrices. La parte de la oferta que es nacional es confeccionada por terceros bajo especificaciones de la misma empresa.

En cuanto al sector informal, no opera absolutamente en negro ni lo hace en forma totalmente legal. Es decir, existe un abanico más amplio, en el que aparecen una gama de zonas de grises. 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.

Frente a las posibles causas que dan origen a esta forma de funcionamiento sectorial se pueden mencionar la descentralización del proceso productivo basado en la tercerización de la producción, principalmente a través de talleres y /o trabajadores a domicilio, las bajas barreras a la entrada en el sector, la falta de un marco institucional regulatorio adecuado y dificultad del Estado para controlar el cumplimiento de la normativa.

La comparación del comportamiento por tamaño de empresa muestra que a las grandes les fue mejor que a las chicas generándose una tendencia hacia la

concentración de la actividad. La menor rentabilidad de las firmas de menor porte podría estar ocasionando una mayor informalidad en el sector.

El algodón es el principal insumo con una participación cercana al 70%. El poliéster es utilizado en un 20%. La importación ha crecido como alternativa de abastecimiento. Si bien las hilanderías se abastecen de fibra nacional, el auge sojero provocó la merma de la producción algodonera. A su vez, la expansión de la capacidad productiva local de los últimos años, implicó que las hilanderías tengan que importar, principalmente de Brasil.

Las hilanderías son el sector más intensivo en capital de la cadena de valor y generador básicamente de *commodities*. Sus ventajas competitivas residen esencialmente en las economías de escala que determinan niveles mínimos óptimos de producción.

Los clientes más importantes de las hilanderías son las tejedurías de punto – absorben cerca del 65% de las compras totales –, debido a que, a diferencia de los tejedores planos, que tienen una participación de casi el 30% en el mercado, ese sector está menos integrado. Predomina en Argentina la elaboración de indumentaria de tejido de punto sobre la plana. En la actualidad, las grandes hilanderías imponen condiciones de venta, aunque no se involucran en las decisiones productivas de las tejedurías, mayormente pymes. Siendo los hilados un *commodity*, los precios están definidos por el mercado mundial.

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.). Como la tela plana es prácticamente un *commodity* con gran competencia de Brasil, Pakistán y crecientemente de China e India, en general, el margen de rentabilidad es muy bajo.

Entre los productos más importantes de este segmento se destaca el *denim*. A diferencia de las empresas de tejidos de punto principalmente y también de algunas otras de tejido plano, los productores de *denim*, dada la complejidad y especificidad de la tecnología aplicada y la intensa competencia a nivel nacional e internacional, poseen una estructura de fabricación integrada hacia las fases previas: además de tejer, hilan. La integración vertical se completa con el teñido y el pre-encogido mecánico. Esta característica es mundial y se debe a una cuestión de eficiencia. El 60% del mercado nacional es abastecido por cinco empresas y el resto son importaciones provenientes esencialmente de Brasil y de China.

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. El 60% aproximado de la

producción es elaborado por tejedurías sin hilandería, el resto por tejedurías que cuentan con hilandería propia. No constituyen un segmento tan capital intensivo como el de las hilanderías ni tampoco como el de las tejedurías planas. La producción se realiza en series cortas.

En este segmento es clave la experiencia acumulada; el acervo de conocimientos técnicos y la mano de obra especializada necesaria para ingresar al sector. En general, a fin de optimizar recursos productivos y ventas, destinan parte de su estructura productiva al servicio de fasón y complementan su oferta contratando dicho servicio cuando deben atender pedidos que superan su capacidad de producción. Por otro lado, muchas tejedurías tienen su propia tintorería y realizan esta actividad también para terceros en una magnitud relevante. Los fabricantes de telas no suelen confeccionar prendas ni tener canales de comercialización propios.

Sus principales clientes son los fabricantes de prendas de vestir, supermercados y los mayoristas y/o distribuidores de telas. En cuanto a la competencia en el sector, los factores determinantes son la diferenciación de producto a través del acabado de telas (tintorería y estampería), prácticas de gestión que permiten un mejor diseño y calidad, y el precio. Un elemento que permite segmentar este mercado es el tipo de prendas que suelen producirse con una determinada tela. En este sentido, hay tejedurías que fabrican tejidos para uso deportivo, informal, alta moda, etc.

Por su parte, la importación de tejidos de punto no representa una fuerte amenaza debido a la diferenciación de producto y la existencia de series de producción cortas, por el efecto de los cambios de temporada y de la moda, que actúan como barreras naturales. Sin embargo, las firmas se sienten vulnerables frente al ingreso del exterior de productos terminados (prendas de vestir). En cambio, en el abastecimiento de telas planas, sí se presenta una agresiva competencia del exterior.

El proceso de acabado (tintorerías) es determinante en la calidad de un tejido para ser utilizado en la confección. Es uno de los procesos más intensivos en capital. En consecuencia, atento al elevado costo de la tecnología aplicada en este tipo de transformación, son pocas las empresas que están en condiciones ofrecerlo y representa un cuello de botella para el sector en el mercado y una barrera a la entrada para las tejedurías. Los clientes de las tejedurías son las marcas, fabricantes de ropa en talleres, supermercados, mayoristas y/o distribuidores de telas.

El sector fabricante de prendas de vestir es el más frágil de la cadena de valor y se vio nuevamente reflejado a partir de la crisis mundial con caídas en la producción y el empleo por encima del promedio de la industria. La evolución de la producción local depende de su costo relativo respecto de China, del

poder de compra del mercado interno y de las restricciones a las importaciones. Los dos primeros factores jugaron en contra de la producción nacional.

En el plano productivo del sector, la productividad creció menos que el costo laboral en los últimos años. La recuperación del salario explica en mayor medida el crecimiento de los costos. Sin embargo, las remuneraciones por convenio apenas cubren la canasta mínima de consumo.

La mejora en las condiciones laborales es una condición necesaria para el desarrollo del sector. Sin embargo, estos cambios no se pueden dar en forma aislada. El incremento de la producción y el empleo dependen de cambios estructurales.

La principal restricción al crecimiento del sector es la insuficiente suba de la productividad fruto de los aspectos estructurales señalados anteriormente. En este punto la política pública tanto general como específica para el sector es la llave del cambio.

1.- Definición del sector y aspectos metodológicos

1.1 - Recorte sectorial.

En este informe se analizará el segmento de producción de indumentaria y su cadena de valor, ya que el recorte sectorial realizado comprende indumentaria y textil tomando como foco de análisis solamente el de confección de indumentaria.

La industria manufacturera de la confección de prendas de vestir se caracteriza por ser intensiva en el uso de mano de obra, 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.

Este sector emplea tecnologías maduras y relativamente sencillas, a la vez que cumple un papel importante en la generación de empleos de calificación técnica y de carácter doméstico.

La globalización en esta industria se vincula a estrategias empresariales de bajo costo y relocalización de los procesos productivos.

La apertura comercial permitió el incremento de los niveles de penetración de las importaciones de ropa y la tendencia a separar el proceso de producción entre las actividades de pre-ensamble, que permanecen en las grandes empresas o casas matrices, y las de ensamble que son subcontratadas a las medianas y pequeñas firmas. El resultado de esto ha sido estrategias de relocalización de la producción.

Debemos considerar que las empresas del sector de la confección hasta los años setenta se encontraban débilmente capitalizadas; por ello su relativa baja utilización de tecnología y el uso intensivo de mano de obra.

Sin embargo, la industria textil y del vestido comenzaron a diferenciarse de otros sectores como resultado de sus respectivos procesos de reestructuración donde la industria textil se transformó especializándose en ciertos productos, innovando su tecnología y ganando flexibilidad, todo lo cual le permitió responder con mayor rapidez a las demandas de los clientes y reducir sus costos de operación; en tanto que la industria de la confección no se modernizó de igual modo y permaneció como una industria intensiva en el uso de la mano de obra.

Resulta importante, a los fines analíticos, diferenciar el sector textil del sector de indumentaria.

Considerando la tendencia de generar unidades productivas flexibles capaces de atender las exigencias del negocio de la moda nuestro país se destaca por

contar con una estructura de empresas de indumentaria caracterizada por una gran preponderancia de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, familiares y de tradición sectorial.

Según la Cámara Industrial Argentina de Indumentaria, en la composición del sector de indumentaria encontramos 74,2% micro empresas con menos de 5 empleados, 22,60% 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.

El modelo de producción de la gran industria de la indumentaria que trabajaba todo el año con un stock de mercadería homogéneo y una producción estandarizada, hoy tiende a sustituirse por pequeñas y medianas empresas que realizan colecciones por temporada, de bajo stock y gran valor agregado en materia de diseño en cada prenda.

Descripción del sector Indumentaria

El modelo productivo ha cambiado drásticamente en los últimos años en la industria de indumentaria. Tanto a nivel mundial como local, las empresas tienden a concentrar sus actividades en las áreas de marca, imagen, diseño, marketing y comercialización, tercerizando la mayor parte de la producción en talleres o talleristas intermediarios fuera de la empresa.

Son las etapas de diseño, moldería y corte, las que generalmente quedan centralizadas dentro de las empresas-marcas, por ser estas etapas fundamentales en la creación del valor agregado del diseño y en la optimización del género por molde.

El resto (confección, avíos, terminaciones y planchado), es tercerizado fuera de la empresa a través de la contratación de talleristas.

Gran porcentaje del trabajo de moldería y corte se ha separado del proceso productivo de confección, implicando que este sea terciarizado fuera de las empresas o talleres, encontrándose un gran número de trabajadores organizados por cuentapropia sin afiliación sindical por no estar registrados en las empresas. Esta nueva modalidad de contratación para este rubro, hace que se escape del radio de acción de la Unión de Cortadores de la Industria (UCI).

El trabajo en negro encubierto en talleres de confección clandestinos, se caracteriza por:

- Extensas jornadas de trabajo
- Violaciones a la dignidad de los trabajadores

- Pago a destajo y por prenda
- Pago en negro
- Reclutamiento bajo engaños
- Retención de los documento de identidad
- Explotación abusando de las condiciones de vulnerabilidad de los trabajadores inmigrantes
- Situaciones de semi encierro o reducción a la servidumbre
- Exposición a enfermedades como la tuberculosis, alimentación precaria e intimidaciones a los trabajadores.

Son varios los factores que permitieron que este sistema de producción ilegal sea la regla y no la excepción: el alto grado de informalidad que caracteriza al sector, la precarización del mercado laboral característica de la década del 90, la irresponsabilidad de las principales empresas-marcas respecto a la calidad de su cadena de valor (especialmente vinculado a los talleres que las proveen), y la falta de decisión política en los distintos niveles de gobierno para que existiera un sistema adecuado de verificación y control del trabajo en los talleres, así como un programa nacional integral de asistencia a las víctimas de trata con fines de explotación laboral.

Forma de organización productiva en la Indumentaria

La industria de la indumentaria constituye el eslabón final del complejo industrial textil y el valor mundial de su producción alcanza los aprox. 1.500 billones de dólares (a precios minoristas).

En el pasado, la producción de indumentaria era vendida por una industria poderosa a un sector de distribución compuesto mayormente por pequeños y medianos comercios. Actualmente, la distribución es crecientemente controlada por un número limitado de grandes empresas que operan en contacto permanente con los consumidores y ejercen mucha presión sobre los productores de prendas.

Esta nueva modalidad de organización industrial se caracteriza por tener en el papel de organizadores de la oferta a grandes tiendas minoristas, comercializadores y fabricantes de marcas que se vinculan con un sistema de producción descentralizado en diversos países en desarrollo que exportan a los mercados centrales. La aparición de los llamados “fabricantes sin fábricas”, que separan el diseño y la comercialización de la fabricación propiamente dicha, implica también un cambio en las fuentes de beneficios, que no dependen ya

de la escala productiva o la tecnología, como en las cadenas dirigidas por los productores, sino en la diferenciación de producto, el diseño, las estrategias de comercialización y marketing y los servicios financieros.

Al contrario de lo que ocurría bajo el modelo de comercialización minorista tradicional, cuando los productores enviaban largos y espaciados envíos de prendas a las tiendas, que mantenían elevados stocks para afrontar la demanda, las nuevas modalidades comerciales, denominadas "lean retailing" requieren embarques frecuentes sobre la base de pedidos que realizan los comercios en función de la evolución de sus ventas.

Los pedidos se realizan en base a información sobre ventas, recopilada en tiempo real, mediante la utilización de códigos de barras, lectoras ópticas y centralización de la información, y requieren que los proveedores repongan periódicamente sus productos.

Estos cambios apuntan a ofrecer a los consumidores productos cada vez más personalizados pero a precios de producción masiva. Para esto es necesario incorporar tecnología de la información y comunicación, automatización y procesos de producción de ciclos cortos, que permitan responder rápidamente a los cambios en la demanda.

La interacción entre las empresas a lo largo de la cadena productiva por medio del intercambio electrónico de información es esencial para aumentar la capacidad de reacción del sector a las fluctuaciones del mercado y disminuir costos de distribución y de manejo de stocks. La utilización de estas tecnologías conducirá a conformar cadenas productivas más integradas y permitirá ir reduciendo rápidamente los tiempos necesarios para que la producción llegue a los consumidores.

En la Argentina el sector se caracteriza por ser una industria que se abastece principalmente de materias primas nacionales, demandando alrededor de la tercera parte del total de tejidos producidos en el país, presentar un elevado grado de atomicidad y baja concentración económica –es el sector que presenta los niveles más bajos de concentración de la industria nacional-. Cerca del 99% de los establecimientos son Pymes.

Desde el punto de vista geográfico el sector se encuentra altamente concentrado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en la Provincia de Buenos Aires, en segundo término en las provincias de Córdoba y Santa Fe.

En este escenario, el 85% de los establecimientos industriales formales produce prendas de vestir con 10 o menos operarios. El 93% de la producción se terceriza a proveedores independientes, muchos de los cuales realizan trabajos domiciliarios presentando una informalidad laboral del orden del 73%. La mayoría de las empresas son pequeñas y medianas que producen a baja

escala y con escasos procesos productivos. Aumentar la escala de producción e incentivar a una mejora en la estructura productiva derivaría en una mayor calidad del producto manufacturado y en una fuente de competitividad no precio.

La principal vulnerabilidad económica del sector es el 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 y siendo altamente vulnerable a los cambios en el poder adquisitivo de la población.

Es importante remarcar que la ventaja relativa local está en el diseño, la calidad y la diferenciación de producto, ya que los diseños originales se han convertido en un elemento que identifica a la indumentaria argentina, logrando satisfacer la demanda desde el producto más básico hasta el de alta gama. Las marcas locales posicionan al país como un referente de la moda y el diseño internacional.

La producción en el complejo textil de indumentaria representa, en cierto sentido, los hábitos de consumo, los cambios culturales y la elección de los individuos, por lo que puede considerarse un fiel reflejo de los patrones culturales de una sociedad.

1. 2 - Metodología de Trabajo

Para desarrollar este informe , utilizamos una metodología mixta, fundada en la búsqueda de datos cuantitativos y cualitativos, para lo que tomamos como referencia la versión obtenida de investigaciones previas , notas en medios gráficos y la actualidad del sector mediante datos relevados de páginas oficiales del estado y privadas.

En primer término, realizamos una investigación bibliográfica de datos vinculados al sector textil y de indumentaria en Argentina y a los estudios sobre género y trabajo, a partir del análisis de ese material se realizó la siguiente síntesis.

1.3 - Fuentes de Información

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INDEC).
- Centro de Estudios para la Producción - Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa.
- Ministerio de Industria y Turismo. Mapa Pyme.

- Ministerio de trabajo, empleo y seguridad social, Secretaría de trabajo
- Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI).
- Documentos: Convenio colectivo de trabajo 123/90 Buenos Aires, 10 de agosto de 1990 Resolución nº 184/2008 - registro nº 159/2008.
- Texto del nuevo cct entre la Federación obrera nacional de la industria del vestido y afines y la Federación argentina de la industria de la indumentaria y afines, según las modificaciones introducidas por acuerdo de partes de fecha 08 de mayo de 2009.
- Informaciones periodísticas recientes: Clarín, La Nación, etc.
- Ramos, Carmen María, "Panorama laboral 2007: más flexibilización, más capacitación", Buenos Aires, la nación, (05/08/2007).
- Investigaciones: "Realidad del diseño argentino, interacción entre el diseñador y la mano de obra calificada" - Carniglia y Chonev 2007.
- Entrevistas a Cámaras sectoriales y empresas relevantes.

2.- Comportamiento sectorial a nivel mundial e impacto de la crisis internacional

2.1.- Contexto internacional.

La globalización, la creciente liberalización del comercio internacional y la reciente expansión del capitalismo en China e India y en algunas pequeñas economías del sudeste asiático han tenido un fuerte impacto en la evolución de los últimos 25 años de la cadena de valor textil y de indumentaria.

En efecto, el sector ha evidenciado un profundo proceso de internacionalización y relocalización de la producción, que se aceleró en el último lustro. De este modo, esta industria, que históricamente estaba integrada por sectores independientes que actuaban mayoritariamente sólo en mercados locales y/o regionales, fue dando paso a un sector que opera en un mercado globalizado y que tiende a la concentración en ciertas áreas del planeta, que, como característica principal, poseen abundancia de mano de obra.

Esta dinámica se vincula a dos factores principales. Por un lado, al importante rol de estas industrias en los procesos iniciales del desarrollo capitalista. Los procesos de industrialización históricamente estuvieron vinculados, en sus primeras etapas, con la producción textil. Este fenómeno, inicialmente, desarrollado por Gran Bretaña a fines del siglo XVIII, fue replicado más tarde, por los Estados Unidos en el siglo XIX, por la economía japonesa en la inmediata posguerra y por Corea del Sur en los años sesenta. En los últimos años, el mismo modelo de inserción en la economía mundial fue aplicado por China y por otros grandes exportadores de indumentaria del sudeste asiático (principalmente Indonesia, Tailandia, Bangladesh, Camboya, Myanmar, Filipinas, Vietnam y Sri Lanka), que dinamizan sus economías a través de industrias livianas e intensivas en mano de obra.

Por otra parte, el cambio en la organización mundial de la producción textil se relaciona también a la historia moderna de las negociaciones multilaterales vinculadas al comercio internacional. Esos acuerdos comenzaron en la inmediata posguerra con el Acuerdo sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT, de 1947), donde se establecieron las reglas generales de la competencia comercial internacional. Más adelante, a partir de la Ronda Uruguay del GATT (1994) - que fundó la Organización Mundial del Comercio (OMC) - se estableció un régimen general de comercio libre en el que se limitaron las medidas de defensa comercial y también los derechos de importación, restringidos por máximos aplicables por país.

No obstante, a propuesta de los países industrializados, se establecieron excepciones a ese régimen general del GATT para dos conjuntos de productos: los agrícolas y los textiles. Uno de los argumentos que pueden justificar esta

excepcionalidad es que estos dos grupos de productos son elaborados en casi todos los países. Por ello, el empleo y la actividad industrial son sensibles a sus importaciones, tanto en las naciones industrializadas como en los países en desarrollo.¹ En consecuencia, los textiles y los agrícolas han sido objeto de tratamiento diferenciado en el comercio internacional mediante obstáculos específicos al comercio, especialmente vigentes en las economías más desarrolladas, creando una asimetría respecto a los países en desarrollo.

Tras la incorporación plena de los textiles y de la indumentaria a las normas generales de los bienes industriales de la OMC en el año 2005, se aceleró el proceso globalización de la cadena de valor, que abarca desde la obtención de la materia prima hasta la distribución y el marketing pasando por el diseño y la producción.

Dentro de este sistema que tiende a la integración global, la división internacional del trabajo depende de factores tales como los costos de la mano de obra, la calidad, el cumplimiento de los plazos de entrega, el acceso a materias primas o el transporte, además del profuso entramado de políticas comerciales tanto nacionales como regionales y multilaterales.

2.2.- Acuerdos internacionales para la cadena de valor

Desde la década de los sesenta, los países industrializados comenzaron a aplicar, extendidamente y en forma indiscriminada, contingentes de importación a los productos textiles. En su mayoría, las medidas comerciales consistían en restricciones cuantitativas empleadas por los países importadores – un nivel arancelario aplicable hasta cierta cantidad y otro nivel, mucho más alto, para el volumen excedente - en forma discriminatoria para cada país exportador.

Esos contingentes entraban en conflicto con los principios generales del GATT, que se contraponen a cualquier medida discriminatoria entre los integrantes del acuerdo.

¹ Una lectura menos “neutra”, desde las teorías clásicas de comercio internacional, indica que justamente estas dos actividades (la agricultura y la industria textil y de la indumentaria) son las más importantes entre aquellas en las que los países desarrollados –salvo excepciones perdieron ventajas comparativas en el período de posguerra. Tanto la tierra como el trabajo son factores relativamente caros en los países industrializados, más aún si se los compara con los vigentes en el mundo subdesarrollado. Una excepción en este sentido puede ser la gran disponibilidad de tierra agrícola en EEUU, aunque el uso generalizado de subsidios y apoyos gubernamentales a la producción agrícola en aquel país hace esta cuestión menos evidente.

El desorden del comercio internacional de textiles que se produjo por la acumulación de esos contingentes requirió la firma de un convenio para aumentar la previsibilidad del comercio y, en 1974, se sancionó el Acuerdo Multifibras (AMF), que reglamentó y limitó los diversos acuerdos bilaterales para la aplicación de contingentes cuantitativos al comercio de textiles y de vestimenta.

A partir de 1995, el AMF quedó sustituido por el Acuerdo sobre los Textiles y el Vestido (ATV), que con el Acuerdo sobre la Agricultura es uno de los dos convenios de excepción a los principios generales de libre comercio del GATT.

El ATV fue establecido exclusivamente para dismantelar progresivamente las medidas especiales del AMF en una década. Los contingentes del ATV, en vigor al 31 de diciembre de 1994, debían quedar totalmente eliminados en tres etapas de una duración total de diez años. En consecuencia, el comercio de los productos ha quedado integrado a los principios generales de libre comercio del GATT mediante la eliminación definitiva de las restricciones a partir del 1º de enero de 2005. Desde esa fecha, ha quedado totalmente liberalizado el comercio de textiles, salvo algunas medidas especiales - llamadas salvaguardias transitorias - que los países de la OMC pueden aplicar a las importaciones de productos de China. Esta diferenciación, vigente hasta fines del año 2013, obedece a que esa nación ha ingresado recién en 2001 a la organización comercial y todavía posee vestigios de condiciones productivas de una economía socialista o no de mercado.

No obstante, la finalización del ATV, lejos de implicar una liberalización comercial completa, está siendo compensada por políticas *ad hoc* de defensa comercial. La convulsión observada en los mercados textiles está produciendo un conjunto de medidas defensivas en diversos lugares.

Ningún país ha mostrado la voluntad de resignar su industria a los principios del libre comercio en las condiciones establecidas por el ATV. De hecho, la Unión Europea, Estados Unidos y Brasil han efectuado acuerdos de restricción voluntaria de exportaciones con China, que estipulan, en la mayoría de los casos, un límite del 7,5% anual al nivel de crecimiento de las exportaciones chinas a esos mercados. Estos acuerdos abarcan decenas de grupos de productos, tanto de textiles como de prendas de vestir, y su fundamento legal son las disposiciones del Protocolo de Adhesión de China a la OMC.

Por otra parte, un conjunto de países han iniciado trámites tendientes a la aplicación de medidas antidumping, tanto respecto de importaciones de China como de otros países.

En consecuencia, la finalización del ATV simplemente ha terminado con las excepciones a las disposiciones generales de la OMC, pero ha dado lugar en el

mercado internacional de ropa a una intensa aplicación de las medidas de defensa comercial que permite dicho acuerdo.

En particular y respecto de los productos originarios de China, hay ciertas facilidades que se originan en el tratamiento especial del dumping para los casos de países exportadores que no constituyen economías de mercado y, por ese motivo, se observa la proliferación de medidas de este tipo a partir de 2007 en las naciones donde el nivel de producción y de empleo depende en buena medida de la actividad textil (principalmente en las economías latinoamericanas y de Europa oriental).

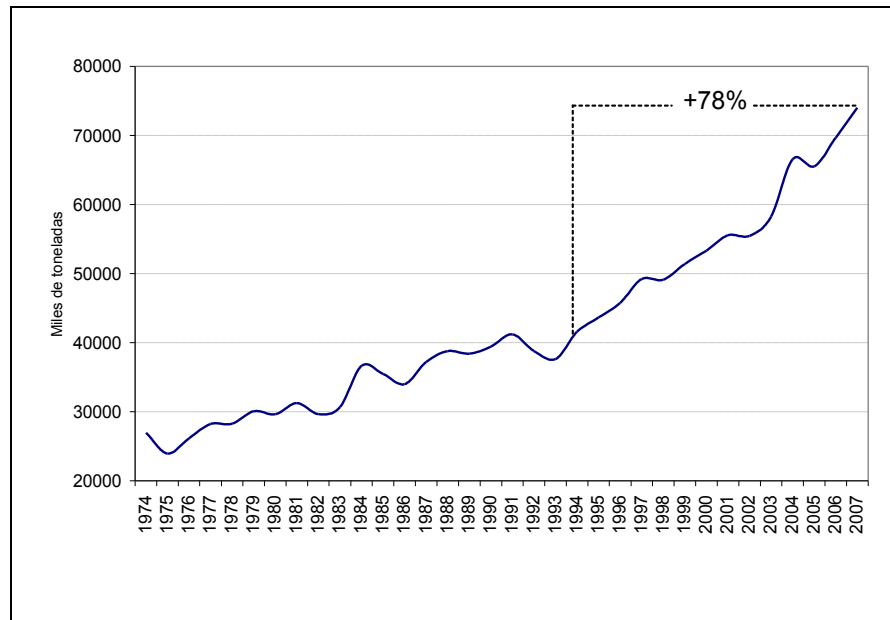
En definitiva, actualmente, se observa un período de transición entre la época (1974-2004) en que el comercio internacional sectorial estaba regido por acuerdos especiales (AMF y ATV) y su adaptación a las normas generales de la OMC a partir de 2005.

2.3.- Producción mundial de textiles

Motorizada por los acuerdos de liberalización comercial y el crecimiento de la producción de las economías asiáticas, la producción mundial textil ha registrado un gran dinamismo en los últimos 18 años, superando los 70 millones de toneladas de producción de fibras textiles en 2007, prácticamente el doble de lo que se fabricaba a principios de los noventa. En simultáneo al desmantelamiento del ATV (1995-2004), el ritmo de crecimiento se aceleró sustancialmente.

Este escenario se vincula en parte a los sucesivos procesos de relocalización ocurridos en esta industria en el último medio siglo, dentro de los cuales se produjeron tres importantes cambios. El primero ocurrió a fines de la década del '50 y principios de los '60 y fue desde Norteamérica y Europa Occidental hacia Japón. El segundo, en los '70 e inicios de los '80, fue desde Japón hacia Hong Kong, Taiwán y Corea. El último, en los '90, desde estos últimos tres hacia otras economías en desarrollo de Asia, principalmente a China, Indonesia, Tailandia y Filipinas y, en menor medida, hacia algunas naciones de Latinoamérica y de Europa Oriental.

Gráfico 1. Evolución de la producción mundial de textiles. En miles de toneladas, 1974-2007.

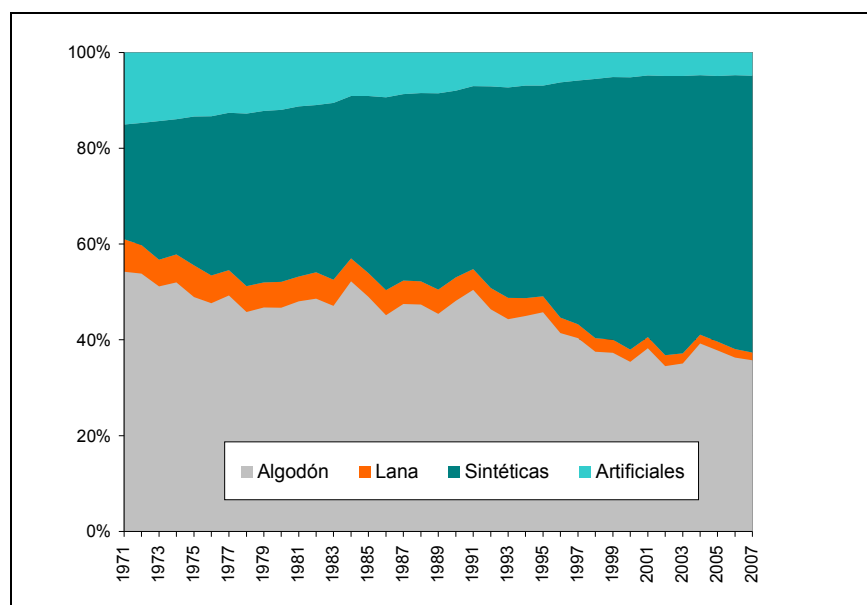


Fuente: INET en base a The International Rayon and Synthetic Fibres Committee (CIRFS).

Un determinante fundamental de estos movimientos migratorios de la actividad productiva fue la búsqueda de mano de obra más barata. Otro elemento - de menor relevancia - fue la cercanía geográfica de los proveedores a los grandes mercados. Un último aspecto, paralelo a los anteriores, fue la conformación de espacios de preferencia comercial y de bloques regionales, en el marco de unas reglas de comercio fuertemente marcadas por la protección y el resguardo de mercados. Este factor está especialmente presente en derredor de los grandes mercados en las economías desarrolladas. Algunos ejemplos de ello son México y Estados Unidos con el NAFTA; Turquía y Rumania con la UE.

Otro aspecto relevante dentro del cuadro mundial de producción textil refiere al desglose según tipo de fibra. Un panorama de largo plazo marca una creciente participación de las fibras sintéticas por sobre las naturales y las artificiales.

Gráfico 2. Producción mundial del algodón, la lana y las fibras sintéticas y artificiales. Participación de cada componente, en porcentajes



Fuente: INET en base a CIRFS.

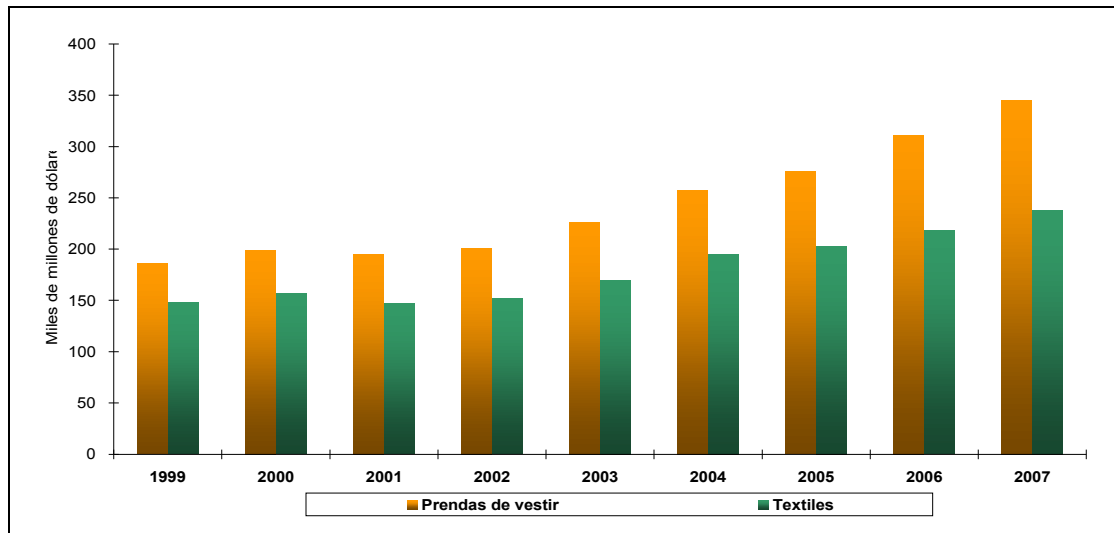
Este comportamiento obedece a la aparición y el desarrollo de nuevos materiales; y su incidencia en los costos y en las tendencias de la moda.

2.4.- Comercio mundial de textiles e indumentaria

El crecimiento del comercio internacional del conjunto textil e indumentaria ha visto una importante aceleración en los últimos años debido a la conjunción de dos factores principales: el ingreso en las fases finales del Acuerdo de los Textiles y el Vestido (ATV) y la aparición de China como gran proveedor mundial en el sector, fundamentalmente, en lo referente a indumentaria.

En efecto, el comercio internacional de productos del sector textil-indumentaria alcanzó en 2007 un total de 583 mil millones de dólares, lo que representa el 4,3% de total de mercancías y el 6,1% de las transacciones de productos manufacturados. De aquel total, las prendas de vestir dan cuenta de 345 mil millones, mientras que los restantes 238 mil millones corresponden a productos textiles.

Gráfico 3. Evolución del comercio internacional de indumentaria y de textiles. En miles de millones de dólares corrientes, 1999-2007



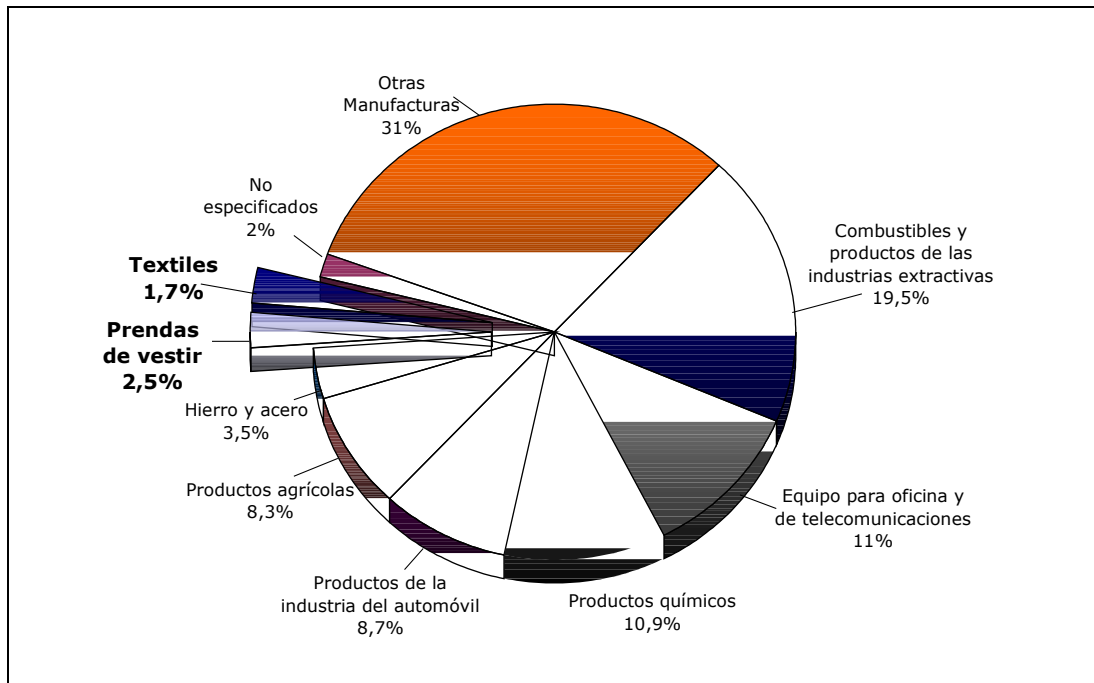
Fuente: INET en base a OMC.

Como se puede observar en el gráfico anterior, desde fines de la década pasada se verifica un incremento significativo del intercambio comercial de textiles y prendas de vestir, con mayor dinamismo de éstas últimas. En dicha etapa la tasa de variación anual acumulativa de las exportaciones globales de textiles fue de 8,3%, mientras que la de indumentaria fue de 10,9%.

En cuanto a la composición respecto del total de mercancías comercializadas en el año 2007, puede apreciarse en el siguiente gráfico que la indumentaria alcanzó un 2,5% del total y los textiles un 1,7%.

Este mayor crecimiento en el comercio de prendas de vestir respecto de los textiles cambió el mix comercializado. Mientras que en 1980, por cada dólar transado de textiles se vendían 0,7 de confecciones, en 2007 se exportaron 1,4 dólares de ropa por cada uno de textiles.

Gráfico 4. Composición del comercio mundial de mercancías. 2007.
Según ramas productivas



Fuente: INET en base a OMC.

Es importante destacar que la mayoría de los países exportadores del sector, especialmente de indumentaria, poseen una importante inserción externa pero un bajo grado de integración nacional, constituyéndose en meras plataformas de exportación. Varios son los países que muestran un fuerte superávit en su comercio de indumentaria, conseguido sobre la base de un déficit de una magnitud algo inferior en productos textiles. Sobre la base de la información de OMC del año 2007 se pueden ubicar en este grupo a países como México, Vietnam, Rumania, Túnez, Sri Lanka, Marruecos, Bulgaria o Guatemala.

**Cuadro 1. Principales países exportadores de indumentaria.
Participación en las exportaciones mundiales en % y ranking**

País	Participación (%)					Ranking	
	1980	1990	2000	2007		1980	2007
China	4,0	8,9	18,2	32,9	↑	9	1
Hong Kong	12,3	14,2	12,2	9,9	↓	1	2
Italia	11,3	10,9	6,8	6,7	↓	2	3
Turquía	0,3	3,1	3,3	4,3	↑	39	4
Alemania	7,1	7,3	3,7	4,3	↓	4	5
Francia	5,7	4,3	2,7	3,0	↓	7	6
India	1,7	2,3	3,1	3,0	↑	14	7
México	0,0	0,5	4,4	2,6	↑	73	8
Bélgica	2,5	1,9	2,0	2,4	↓	11	9
Bangladesh	0,0	0,6	2,0	2,3	↑	76	10
Indonesia	0,2	1,5	2,4	1,9	↑	45	11
EEUU	3,1	2,4	4,4	1,8	↓	10	12
Gran Bretaña	4,4	2,8	2,1	1,8	↓	8	13
Vietnam	0,0	0,0	0,9	1,7	↑	120	14
Rumania	0,0	0,3	1,2	1,7	↑	120	15
Holanda	2,2	2,0	1,4	1,6	↓	12	16
Tailandia	0,7	2,6	1,9	1,5	↑	31	17
España	0,8	0,6	1,1	1,5	↑	29	18
UE 25	22,5	19,4	13,5	14,1	↓	--	--

Fuente: INET en base a OMC.

Por otra parte, mirando el mapa global de los exportadores, puede apreciarse la dinámica de China y de los países del sudeste asiático que fueron ganando

participación en el comercio internacional de indumentaria. La contracara de la mayor participación de China y demás economías en desarrollo es la caída sistemática de la proporción de bienes originarios de la "vieja" Unión Europea constituida por 15 naciones industrializadas, donde Italia, el país con mayor tradición en el rubro, ha sido quien más resignó participación en el comercio mundial (4,6 puntos porcentuales).

El salto más relevante lo ha dado China, nación que por sí sola da cuenta de casi un tercio del incremento mundial de las exportaciones desde 1980. Su participación en las ventas pasó de 4% - noveno lugar en el ranking - a 33% en 2007, constituyéndose en el mayor proveedor global.

También queda claro de la lectura del cuadro, que un fuerte salto en el crecimiento de las ventas externas chinas se ha dado a partir de 2000. Ello se vincula con el cambio de tratamiento que ha merecido el gigante asiático dentro de las reglas globales del comercio.

Además de China, pero con una proporción bastante menor de mercado, existen otras economías en desarrollo que han logrado aumentar su participación en las exportaciones mundiales de textiles y confecciones tales como Turquía, India, Pakistán, Rumania, México, Indonesia y Bangladesh.

2.5.- Impacto de la crisis internacional y conclusiones.

En este contexto de liberalización y crecimiento de los flujos comerciales y frente a la reciente crisis económica internacional, se observa una profundización de la tendencia hacia la relocalización de la producción y a la extensión de las prácticas comerciales proteccionistas. Este tipo de medidas y la caída del consumo mundial han implicado una caída del comercio internacional de textiles e indumentaria.

En particular, se pueden identificar tres estrategias ante el nuevo escenario. Por un lado, aparecen las economías asiáticas que, ante la apertura comercial y a base de abundantes recursos humanos, bajos salarios y condiciones laborales muy precarias, desarrollan su producción de indumentaria y se orientan a la exportación.

Por otra parte, aparecen las economías más desarrolladas (los Estados Unidos y las economías occidentales de la Unión Europea) que, a través de acuerdos voluntarios de restricción de importaciones de las economías emergentes, han decidido ir desmantelando paulatinamente su producción en las áreas más intensivas en mano de obra de la cadena de valor, reservándose el desarrollo del diseño de los productos, el marketing y la comercialización.

Por último, en una situación mucho más delicada, quedan las economías que pretenden mantener su producción y desarrollan prácticas comerciales proteccionistas. En este grupo, aparecen los países latinoamericanos y de Europa del Este. En particular, las economías del hemisferio sur – especialmente de clima templado – son ideales para colocar los saldos de contraestación no vendidos en el hemisferio norte en cada temporada.

Junto con esto, también aparecen algunas posibles oportunidades tras la crisis. Si bien hay países con menores costos laborales (típicamente los asiáticos), la mano de obra barata no es, necesariamente, la ventaja competitiva decisiva. La competitividad depende también de otros factores entre los que se destacan la calidad, el diseño, la innovación, la diversidad de productos, la rapidez para responder a cambios en el mix de producción, el cumplimiento de plazos y condiciones. El entorno que permite tener estas cualidades va mucho más allá de la mano de obra abundante (esto es, barata) y se extienden a la dotación y actualización de los bienes de capital, la localización, la infraestructura (especialmente en transporte), la calidad de la mano de obra, la situación sindical, el acceso y el costo de materias primas, la situación financiera de las firmas, la habilidad directiva y el apoyo del contexto – sistema financiero, gobierno, proveedores para resistir una lucha prolongada con la competencia.

En ese sentido, los países del Mercosur disponen de producción propia de materias primas (algodón, lanas, hilados), hay capacidad de diseño e innovación, mano de obra capacitada de costo intermedio, buena localización y capacidad de transporte adecuados.

Dadas esas condiciones, si bien en la etapa inmediatamente posterior al fin del ATV se han evidenciado efectos negativos sobre la producción regional (mayor presión importadora y caída de las exportaciones), agravados por la última crisis, en una segunda etapa, cuando los principales países importadores hayan limitado las exportaciones de China, se podrá avanzar con los productos regionales en los terceros mercados.

3.- El sector de la indumentaria en la Argentina

3.1.- Evolución de la producción 1993-2009

En un contexto de grandes cambios macroeconómicos en la Argentina desde principios de la década pasada hasta la actualidad, la cadena textil indumentaria no fue ajena al gran proceso de desintegración y reconversión de los sectores de pequeñas y medianas empresas de la industria nacional. De hecho, tanto a lo largo de la década de los noventa como a partir de la recuperación y crecimiento industrial experimentado tras el fin del modelo de convertibilidad, el rubro estudiado puede considerarse emblemático en relación al comportamiento general de la industria nacional por su gran nivel de sensibilidad frente a los cambios en las condiciones económicas.

En efecto, al igual que la mayoría de los sectores de pequeñas y medianas empresas de la industria nacional, la cadena textil y de indumentaria padeció los efectos de la apertura comercial y financiera de los noventa con un régimen de tipo de cambio fijo y sobrevaluado. También, a partir de la devaluación del año 2002, reaccionó vigorosamente ante los estímulos de las nuevas políticas económicas de tipo de cambio alto y subsidios a los servicios públicos, medidas que, lógicamente, mejoraban las condiciones competitivas de la producción nacional.

En todos estos movimientos de la economía, el sector actuó anticipándose al ciclo general, debido a sus bajos requisitos iniciales de capital y el alto sentido de pertenencia de los actores involucrados por generaciones en la actividad.

No obstante, la producción textil y de indumentaria debió afrontar adicionalmente a lo largo de casi todo el período analizado, como se describió en la sección sobre comercio internacional, la agresión comercial provocada por el proceso de liberalización del comercio global y por la expansión de las exportaciones de China e India y de otras economías del sudeste asiático a partir de sectores intensivos en mano de obra barata y condiciones de producción no capitalistas.

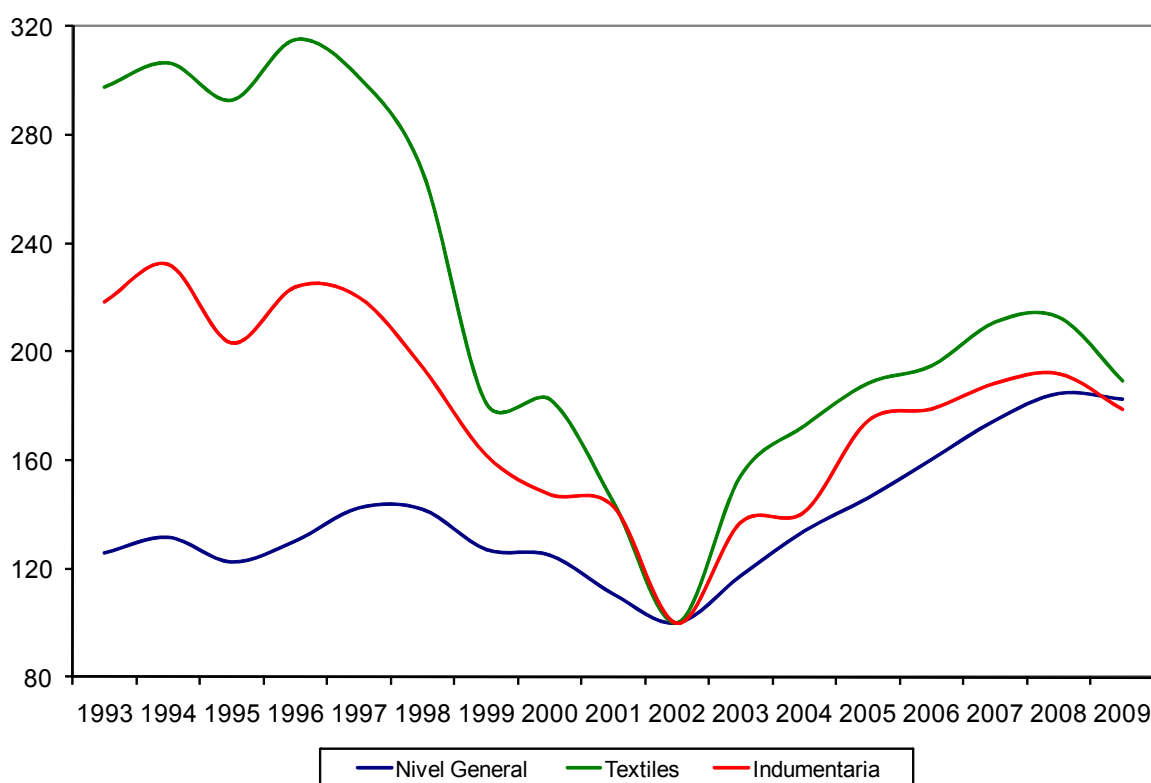
La evolución de la producción de textiles como de indumentaria ha sido relativamente homogénea en los últimas dos décadas. En los años iniciales de los años noventa se observó una cierta expansión, generada por la recuperación de la demanda interna, seguida de un estancamiento hasta mediados de la década, donde un conjunto de factores afectaron gravemente la competitividad y la demanda sectorial.

Los años del modelo de convertibilidad dieron lugar a una fuerte reducción de los niveles producidos, que recién se revirtió con la inflexión posterior a su derrumbe y el inicio del ciclo de recuperación y crecimiento de la economía

registrado desde la devaluación de 2002 y hasta el primer cuatrimestre de 2008, cuando se inicia un proceso contractivo fruto de la crisis internacional.

El estancamiento y la posterior involución producida durante la década pasada pueden atribuirse a dos factores: el fuerte avance de las importaciones en un contexto de indiscriminada apertura económica y revaluación de la moneda local y al proceso de redistribución regresiva del ingreso que tuvo lugar en la convertibilidad.

Gráfico 5. Evolución de la producción de la industria manufacturera y sectorial. Base 2002=100



Fuente: INET en base a Encuesta Mensual Industrial – Índice de Volumen Físico - INDEC.

En definitiva, el bloque textil-indumentaria tuvo un claro retroceso durante la década del '90, aún más fuerte que el de la industria manufacturera en su conjunto. Tomando el período 1993 a 2002, en términos de volumen de producción la actividad productiva de indumentaria cayó un 54% y la fabricación de sus insumos textiles perdieron un 66%. Esa diferencia entre la producción de textiles e indumentaria obedece a que la producción textil abastece a otras ramas industriales, como la de confecciones para el hogar, que sufrió una contracción mayor que la de prendas de vestir. En tanto, el

sector secundario en su totalidad se achicó "sólo" un 21% en el período referido.

El efecto principal de la contracción en la producción fue un profundo proceso de reestructuración de la cadena de valor, donde la actividad tendió a desverticalizarse y a concentrarse fundamentalmente en los segmentos más intensivos en capital de la producción textil y en los de mayor valor agregado intensivo en capital y rentabilidad de la producción de indumentaria (principalmente en el corte, diseño, marketing y comercialización).

Esos cambios estructurales no afectaron la capacidad de reacción de esta industria, que quedó expuesta tras la devaluación de 2002. Mientras el nivel general del sector secundario de la economía, en el primer y en el segundo trimestre de 2003, avanzó un 19% y un 15%, respectivamente, el sector confeccionista se recuperó 63% y un 70%, respectivamente.

Tal crecimiento en la producción doméstica ha pivotado fundamentalmente sobre una recomposición del mercado doméstico, la reactivación de una demanda que había estado postergada desde fines de los noventa y una mejora en los márgenes por el encarecimiento de la competencia importada.

El gran deterioro del poder adquisitivo de la población demoró la reaparición post-crisis de la demanda y retrasó las posibilidades de recuperar la rentabilidad vía precios. Por ello, a lo largo de todo el período 2002-2008, el beneficio empresarial se acumula fundamentalmente a través del incremento de los volúmenes de producción volcados fundamentalmente al mercado interno. A medida que aumentan los costos y la competencia externa, la tasa de rentabilidad se vuelve cada vez más dependiente de mayores volúmenes de ventas que permitan amortizar los costos fijos de las compañías.

Mientras que durante los años noventa el sector sufrió una fuerte tendencia a la pérdida de su rentabilidad, como consecuencia del hostil contexto productivo, con precios cayendo más rápidamente que los costos, tanto por la presión de la importación como por el eventual achicamiento del mercado, en los últimos períodos, se ha verificado cierta recomposición de márgenes derivada de la rectificación de precios relativos.

El cambio de esquema macroeconómico, tras la caída del régimen de convertibilidad, donde como principales características se destacaron la vigencia de un tipo de cambio competitivo para la actividad industrial y subsidios a las tarifas de servicios públicos, produjo en el sector un incipiente cambio de tendencia en términos cuantitativos, muy relevante a la luz del achicamiento virtualmente continuo del sector durante los años anteriores.

De hecho, es la primera vez en las últimas décadas en que la producción de textiles e indumentaria creció en todas sus ramas por seis años consecutivos.

Las empresas que lograron permanecer luego del colapso de la convertibilidad reaccionaron rápidamente cuando la demanda se recuperó, motorizando así el crecimiento del sector. En efecto, en mayo de 2002, comenzaron a apreciarse los primeros indicios de reactivación.

El nuevo modelo incentivó, en primer término, el desarrollo de inversiones en capital de trabajo, que permitieron, entre mediados de 2002 y fines de 2004, recuperar los niveles de utilización de capacidad productiva instalada previos a la crisis que comenzó en el segundo semestre de 1998. De esta manera, la producción de indumentaria, en 2004, volvió a los niveles previos al colapso económico de 2001.

Si bien no existen indicadores oficiales sobre el nivel de utilización de la capacidad productiva en el sector de indumentaria, un estudio de la Cámara Argentina de Indumentaria de Bebés y Niños (CAIBYN), da cuenta de que a fines de 2001 y a principios de 2002, esta variable en el sector cayó a niveles de cercanos al 20%. En tanto, en la producción textil, donde el INDEC sí monitorea la evolución de ese indicador, el uso de las instalaciones productivas fue de apenas el 35% en el semestre de 2002.

De este modo, a partir de 2005 y hasta el primer cuatrimestre de 2008, el ritmo de crecimiento se desaceleró –la tasa de expansión acumulada fue del 17,7% en ese período– cuando, entre 2002 y 2005, había sido de 74,6%.

A pesar del mantenimiento del crecimiento del consumo doméstico, la apreciación relativa en términos reales de la moneda nacional, la consecuente pérdida de competitividad frente al producto importado, la dificultad por parte de los talleres de confección para acceder al crédito para ampliar y modernizar su capacidad productiva, que alcanzaron en esos años en la mayoría de los casos el pleno empleo y el elevado grado de informalidad de las firmas, que obstaculizaba las grandes expansiones productivas, fueron los factores principales que explican la desaceleración de la tasa de crecimiento sectorial.

En los últimos años el crecimiento ya no se vincula con una mayor utilización de la capacidad instalada, sino con la ampliación de la frontera de posibilidades de producción, producto de un destacado proceso de desarrollo de inversiones, realizadas prácticamente en un 100% con capitales propios.

Según los datos de la Fundación Pro Tejer de la importación de bienes de capital², a lo largo del período 2002-2008 en toda la cadena de valor, ese desembolso alcanzó los 4.000 millones de pesos, de los cuales cerca de un

² Dado que desde mediados de la década del '70 la Argentina dejó de producir maquinaria textil y de indumentaria por el efecto de la apertura comercial, los datos de compras externas de tecnología productiva son un referente bastante aproximado de la inversión sectorial.

20% se habría destinado mayoritariamente a la compra externa de maquinaria de confección, corte, bordado y de estampería.

No obstante, la política de intervención del Gobierno en los mercados y el mantenimiento de un tipo de cambio competitivo encontró un límite en el conflicto con el campo en el segundo cuatrimestre del año 2008. A partir de allí, comenzó una nueva etapa para la economía nacional y para la producción de la cadena textil en particular.

En efecto, ese conflicto y el posterior estallido de la peor crisis económica mundial de los últimos 80 años frenaron el ciclo de crecimiento de la actividad productiva.

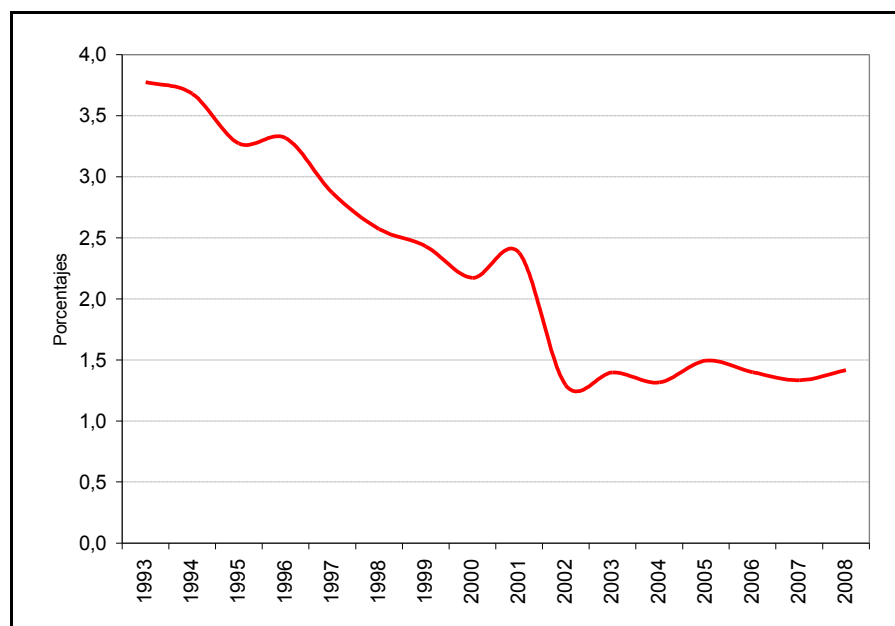
En este contexto, la cadena textil debió afrontar un fenómeno exógeno adicional que agravó su situación: la fenomenal expansión de las exportaciones de China, que volcó al mercado interno parte de sus excedentes de producción a valores depredatorios comparados con el resto del mundo.

Ese fenómeno incentivó de manera extraordinaria el negocio importador en la Argentina. De ese modo, se alcanzó un record histórico de importaciones de textiles e indumentaria en 2008 (1.623 millones de dólares), un 50% más que en el pico de la convertibilidad en 1998. En particular, las exportaciones textiles de China e India hacia nuestro país crecieron, desde 2003, 23 veces y 12 veces, respectivamente. Así, China (como se analizará más adelante) desplazó a Brasil como principal proveedor externo del mercado nacional y pasó a representar casi el 60% de las importaciones totales de indumentaria.

Si bien la contracción del nivel de actividad no parece haber sido advertida por las estadísticas oficiales de 2008, las cámaras sectoriales y la Fundación Pro Tejer, coinciden en remarcar que en ese período se produjo una caída en el nivel de actividad. Al respecto, un sondeo de la Fundación Pro Tejer de los principales núcleos productivos de la cadena de valor señala que, en promedio, la actividad cayó, en 2008, un 25% respecto al año anterior, pico de crecimiento de la producción del nuevo modelo iniciado tras la devaluación.

De acuerdo a un trabajo del Centro de Estudios para la Producción de la Secretaría de Industria, que refleja la participación del valor bruto de producción del sector de indumentaria respecto al de la industria manufacturera, tras los buscos movimientos de la economía nacional de los últimos 16 años, la producción de indumentaria, en términos relativos, no ha podido recuperar el peso que tenía en la industria nacional. En efecto, en 1993, la indumentaria representaba el 3,8% de la industria nacional, en 2002, explicaba sólo el 1,3% y, en los últimos años se estabilizó en torno del 1,4% del valor de la producción total de la industria argentina.

Gráfico 6. Evolución de la participación del sector de la confección en la industria



Fuente: INET en base a Centro de Estudios para la Producción de la Secretaría de Industria.

3.2.- Cierres y aperturas de establecimientos productivos

La mortandad de empresas en este lapso es más difícil de medir. Una posible aproximación la ofrecen los dos últimos censos económicos, realizados en 1993 y 2004, respectivamente. La totalidad de la industria incrementó su número de establecimientos productivos en el 9% entre esos dos momentos, mientras que en el bloque textil-indumentaria registró una contracción del 17%. La industria de la indumentaria, por su parte, alcanzó, según el Censo Nacional Económico de 2003, los 4.097 establecimientos productivos.

Las crisis más fuertes, como la del tequila o la contracción de la demanda interna desde 1999, provocaron no sólo un importante cierre de empresas, sino también una masiva convocatoria de acreedores (esto es reprogramación forzosa de pagos), que alteraron la fluidez de los negocios y expandieron y amplificaron el impacto negativo.

Es llamativo que entre los establecimientos textiles (hilanderías, tejedurías, tintorerías y productores de artículos de punto), la mortandad superó el 40%; mientras que en la fabricación de prendas fue de sólo 4%.³ Amén de los

³ Los datos surgen de la comparación de los Censos Nacionales Económicos de 1993 y 2004.

posibles problemas de medición derivado del muy breve tamaño de los fabricantes de ropa, una explicación para este diferencial dentro del propio complejo, considerando que el año 2004 ya era un momento de franca recuperación, es que pese a su mayor vulnerabilidad, las firmas confeccionistas tienen -gracias a las bajas barreras a la entrada- también una elevada "natalidad". En cuanto a las firmas textiles, su mayor intensidad de capital implica una más lenta de recuperación y una mayor tendencia a la concentración ante contextos adversos.

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.

3.3.- Empleo, productividad y salarios

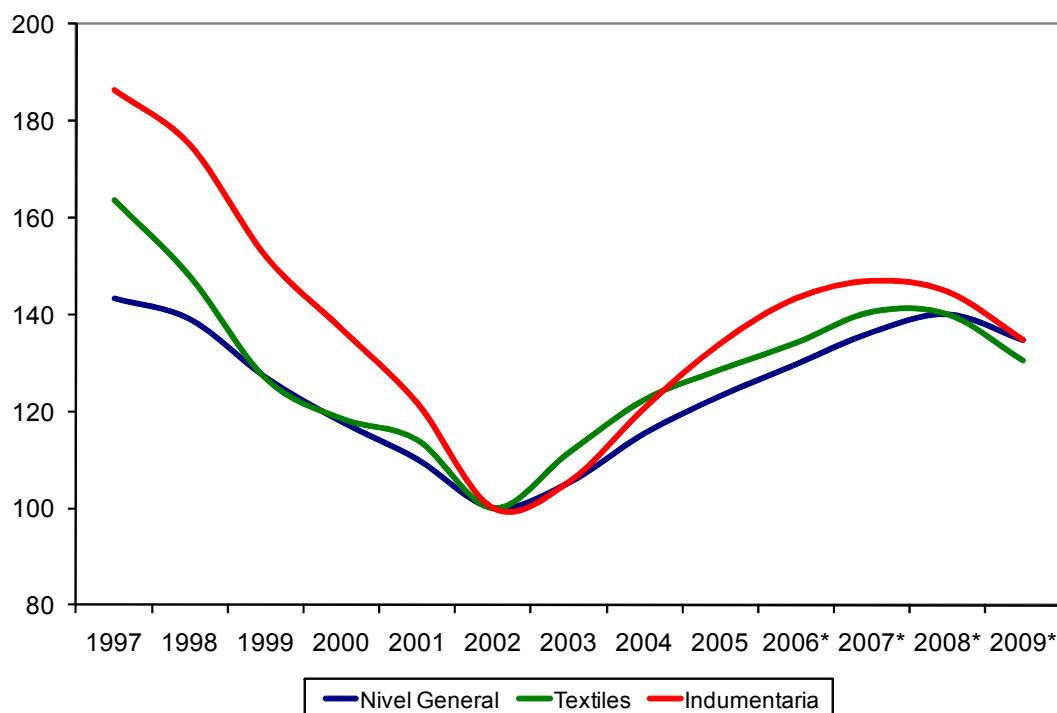
En materia de empleo, la evolución del sector productor de indumentaria ha sido más volátil en relación al rubro textil y fundamentalmente respecto al conjunto de la industria manufacturera. Mientras que, desde 1997 y hasta 2002, la confección de prendas de vestir perdió a casi la mitad de su dotación de empleados (-46,3%), el bloque textil bajó un 38,9% y el nivel general de la industria mermó un 30,3%.

Esta mayor sensibilidad de la indumentaria se vincula, básicamente, a tres factores. Por un lado, a la alta incidencia del costo de la mano de obra en la estructura de costos totales de las empresas. Por otra parte, a que las empresas del sector son más pequeñas que las textiles y que la media de la industria nacional y, por lo tanto, tienen menor solvencia económica y capacidad financiera para adaptarse a los cambios coyunturales de la economía. Por último, como tercer factor, se debe destacar que estas pequeñas empresas carecieron de todo tipo de apoyo estatal para revertir ese fenómeno.

Ahora bien, tras la devaluación, las empresas de toda la industria y especialmente del sector textil y de la indumentaria recuperaron en parte sus niveles de empleo. En efecto, el sector textil demandó, entre 2002 y 2008, un 40% de trabajadores, al igual que el promedio de la industria nacional. Nuevamente, el segmento más dinámico fue el de la indumentaria que, considerando el año más crítico del período y 2008, recuperó un 44,7% de su dotación de empleados.

En los tres casos, se puede observar una marcada desaceleración en los niveles de generación de empleo e inclusive, de acuerdo al índice del INDEC, los puestos de trabajo en las empresas de indumentaria cayeron un 8,3% en 2009 en relación a 2007.

Gráfico 7. Evolución del empleo a nivel general industrial, del sector textil y del de indumentaria. Base 100 = 2002



*Datos provisorios.

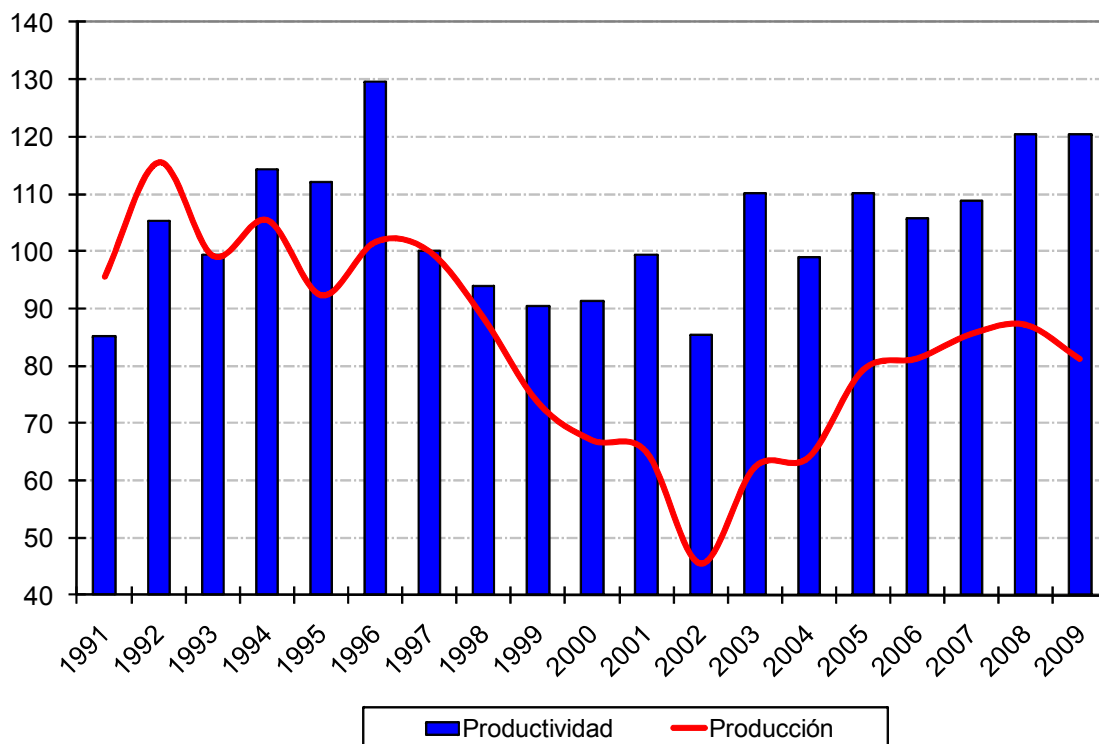
Fuente: INET en base a Índice de Obreros Ocupados – INDEC.

Pese a que, en líneas generales, toda la década del '90 fue desfavorable para la industria de la indumentaria, puede establecerse una diferenciación cualitativa entre la primera época de la convertibilidad (hasta 1996/97) y los años de la recesión.

En el primero de los períodos seleccionados, la conjunción de un incremento de la productividad con un estancamiento de la producción revelaría la existencia de un núcleo dinámico de empresas que intentaba adaptarse a la nueva escena económica, en tanto se caían una gran cantidad de unidades económicas con menor capacidad de adecuación.

Con el inicio de la recesión, la productividad en el sector de prendas de vestir mostró un estancamiento seguido de una moderada tendencia declinante.

Gráfico 8. Evolución de la producción y la productividad laboral de indumentaria. Base 1997=100



Fuente: INET en base a Centro de Estudios para la Producción de la Secretaría de Industria.

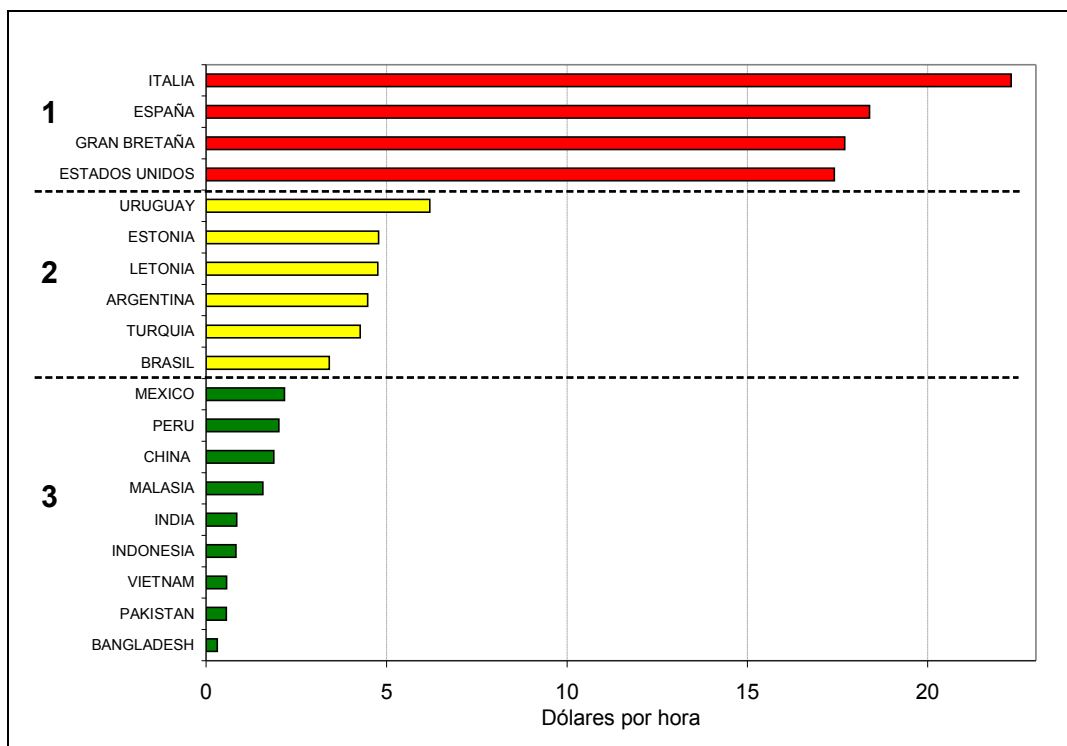
Al igual que los anteriores indicadores analizados, a partir del cambio del modelo económico, se puede observar una franca recuperación del nivel de productividad laboral alcanzada por la industria de la indumentaria, aunque aún no alcanzó el máximo de 1996.

Ante la dificultad de competir en el nuevo contexto recesivo de los noventa por la alta incidencia de la mano de obra en la estructura de costos de estos talleres, la mayoría de ellos se ubicó en el segmento informal de la economía sin registrar a sus trabajadores.

Una estimación del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación del año 2005, indicaba que el empleo informal en el sector era en ese momento del 73,9% de los trabajadores de la confección.

En cuanto a los niveles salariales nacionales e internacionales, el gráfico siguiente pone de relieve las enormes diferencias de costos laborales totales por hora trabajada entre diferentes naciones con producción textil.

Gráfico 9. Comparación internacional del costo laboral total por hora en la industria textil. En dólares corrientes, 2008.



Fuente: INET en base a Werner International.

Si bien la información recabada se refiere al rubro textil, los resultados para la industria de la indumentaria no deberían ser muy distintos.

Claramente, en función de las remuneraciones, se pueden identificar tres grupos de naciones.

En primer lugar, están los países centrales con costos muy poco competitivos por el elevado costo de su mano de obra y que, en consecuencia, están abandonando paulatinamente las tareas más operativas de la industria.

En segundo lugar, aparecen los países que cuentan con producción textil y de indumentaria, que tienen costos medios y que pretenden mantener la producción de toda la cadena productiva, preservándola de la competencia del tercer grupo de países, a través básicamente de políticas comerciales proteccionistas y subsidios.

Por último, figura el grupo de países asiáticos que, como se vio en la sección de comercio internacional, avanza con sus exportaciones firmemente en el mercado mundial y algunos de ellos, como en el caso chino, cuentan con el apoyo de sus aparatos estatales en la promoción de la exportación, programas de incentivo fiscal, facilidades de acceso al crédito y subsidios a la compra de sus insumos clave, entre otras ayudas.

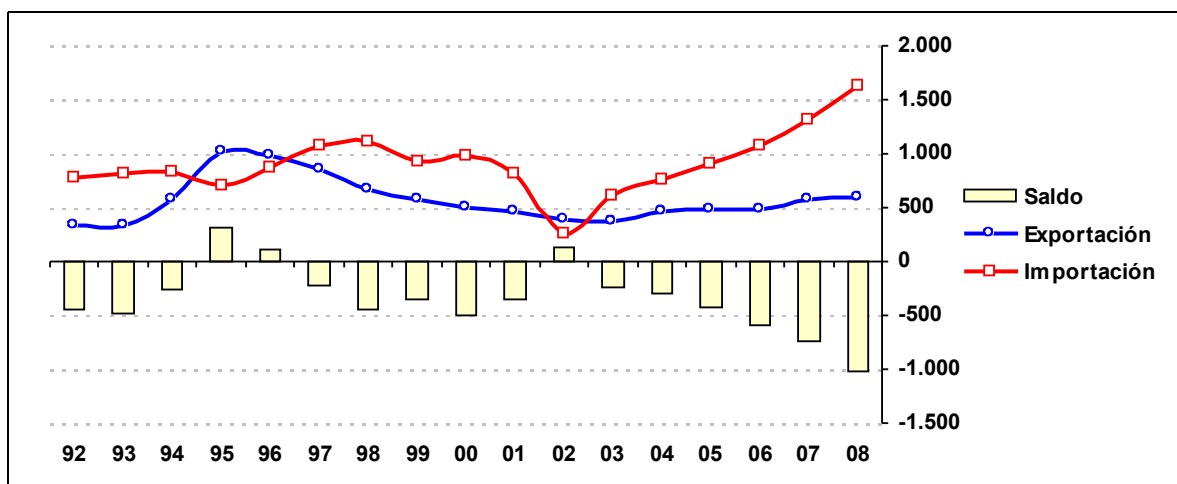
3.4.- Comercio exterior. Exportaciones, importaciones y balance comercial. Destino de las exportaciones y origen de las importaciones.

La cadena textil –considerando desde la producción agropecuaria y de fibras sintéticas y artificiales hasta la confección de las prendas de vestir- muestra un grado de apertura significativo, con un comercio externo total (exportaciones más importaciones) de unos 2.220 millones de dólares en 2008, lo que, incorporando los costos de nacionalización de la mercadería, se aproxima a la mitad del valor de su producción.

Desagregando dentro del bloque, el grado de apertura se va reduciendo a medida que se avanza en la cadena productiva.

El comercio del conjunto de la cadena agro-textil-indumentaria ha tendido a ser históricamente deficitario. En 2008 marcó un balance negativo de 1.028 millones de dólares, que surge de importaciones por 1.624 millones de dólares y exportaciones por 596 millones de dólares. El comportamiento desde 1992 de esa balanza se puede apreciar en el gráfico de la siguiente página.

Gráfico 10. Balance comercial de la cadena textil-indumentaria. En millones de dólares corrientes, 1992-2008.

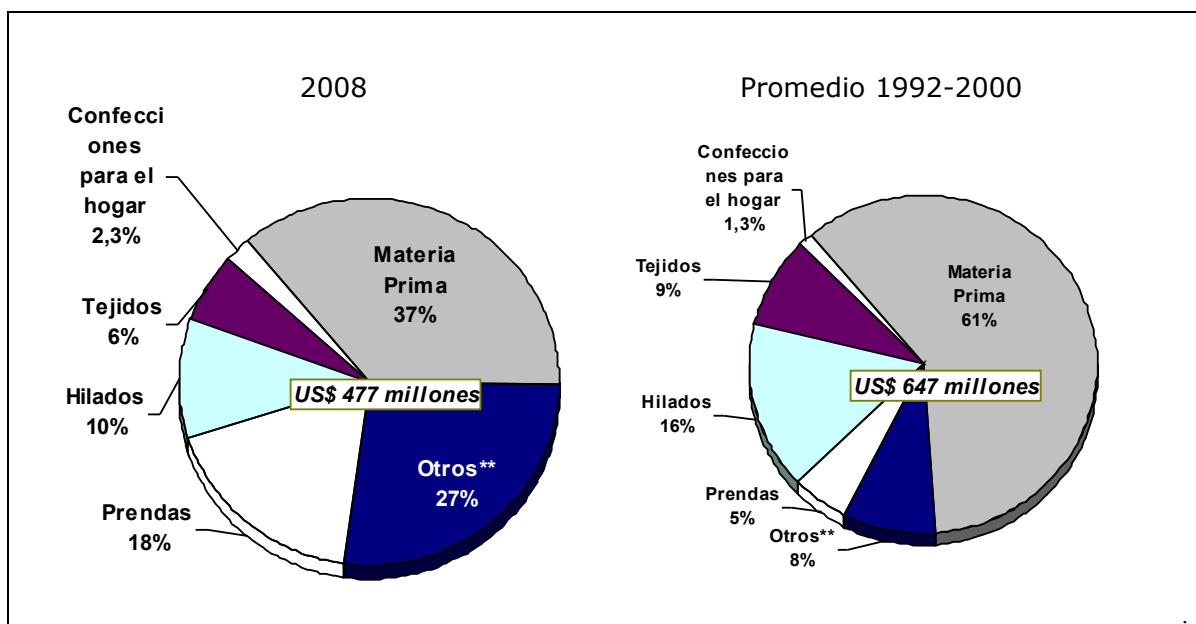


Fuente: INET en base a INDEC.

Por su parte, la actual composición de las exportaciones ofrece una panorámica del grado de desarrollo competitivo del sector. El rubro más fuerte en su participación es el de materias primas (fundamentalmente de lana), que da cuenta de más de un tercio del total de los 596 millones de dólares que

sumaron las ventas externas de la cadena en 2008. No obstante, como se observa en el gráfico continuo, durante buena parte de los años '90 ese "sesgo primario" era aún más fuerte, con la presencia de las exportaciones de fibra de algodón (actualmente sustituidas por las de soja).

Gráfico 11. Composición de las Exportaciones de la Cadena Agro-Textil-Indumentaria



(**) Incluye telas especiales (felpas, terciopelo, tela de toalla, etc.), artículos técnicos y de uso industrial, guata, fieltro y otros.

Fuente: INET en base a INDEC

Este patrón exportador podría surgir como razonable, por ser la Argentina un país con enorme capacidad en la producción agropecuaria, si el volumen de materias primas generadas fuera suficiente para abastecer a una sólida industria textil y le "sobrara" disponibilidad para vender sus excedentes al mundo. No obstante, ese supuesto se contrapone al hecho de que mientras que la principal mercancía textil exportada es la lana sin hilar, es muy reducida la producción de manufacturas de esa materia en el país.

Argentina contó con un importante polo de confección de indumentaria a base de lana, que fue destruido por las políticas neoliberales en los setenta y más groseramente en la década pasada.

Los productos intermedios también tienen un peso muy importante, ya que en conjunto (hilados, tejidos y otros) rondan el 43% de las ventas externas.

Por su parte, los productos finales y de mayor valor agregado, como las prendas y las confecciones para el hogar (sábanas, toallas, manteles, cortinas, etc.), dan cuenta de sólo un 20,3% de las ventas externas del complejo. No obstante, tanto su participación como su valor total, vienen incrementándose sostenidamente desde 2002, superando ampliamente los valores promedio de la década pasada. Mientras que entre los años 1992 y 2000 se exportaron un promedio de 34 millones de dólares anuales en prendas de vestir, en 2008 las ventas llegaron a 106 millones de dólares.

Estos envíos de destinaron, durante 2008 y como los años anteriores, en su mayoría a países limítrofes (especialmente del MERCOSUR), los cuales representan casi el 70% de las exportaciones de indumentaria.

Cuadro 2. Destinos de las exportaciones de indumentaria. En miles de dólares corrientes, 2008

Destino	Monto	Participación	Participación acumulada
Uruguay	25.225	24%	24%
Brasil	20.737	20%	43%
Chile	20.338	19%	63%
Paraguay	7.129	7%	69%
España	6.367	6%	75%
Venezuela	3.975	4%	79%
México	2.904	3%	82%
Perú	2.192	2%	84%
Francia	2.164	2%	86%
EEUU	2.065	2%	88%
Bolivia	1.492	1%	89%
Colombia	1.125	1%	90%
Ecuador	1.059	1%	91%
Alemania	646	1%	92%
Reino Unido	585	1%	92%
Italia	574	1%	93%
Costa Rica	332	0%	93%
China	307	0%	94%
Turquía	17	0%	94%
India	6	0%	94%
Bulgaria	2	0%	94%
Otros	6.723	6%	100%
Total	105.966		

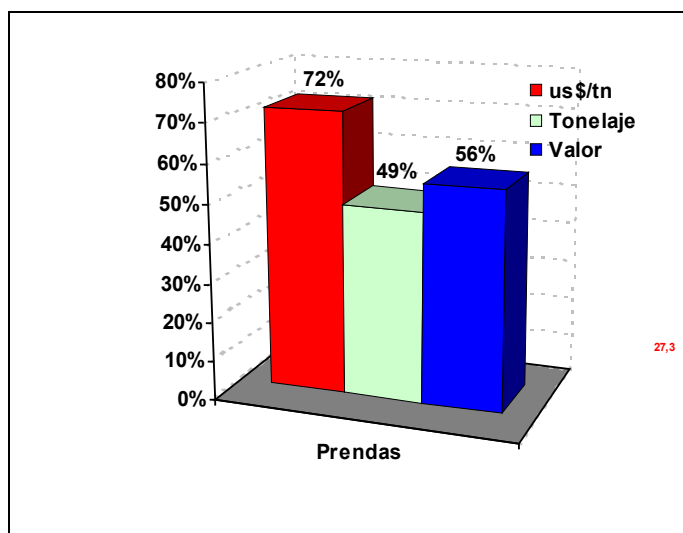
Fuente: INET en base a INDEC.

La alta diversificación de destinos y la baja participación relativa en el mercado brasileño por su gran tamaño se explica por la dificultad de la ropa nacional para penetrar ese mercado, donde juegan tanto factores regulatorios como culturales restrictivos.

Otros rasgos del actual proceso expansivo de las exportaciones de vestimenta, es que el incremento viene acompañado por la internacionalización de las marcas y –en algunos casos- de inversiones en el exterior de las firmas argentinas.

Vinculado con ello, se observa una mejora cualitativa en el tipo de productos exportados, lo que puede aproximarse cuantitativamente a través de la suba sostenida del valor medio por tonelada exportada. Si el monto de prendas vendidas al exterior aumentó 163% entre 2002 y 2006, ello fue producto de volúmenes que crecieron 48% y de valores medios por tonelada que lo hicieron en 77%.

Gráfico 12. Variación de las Exportaciones 2008/2002

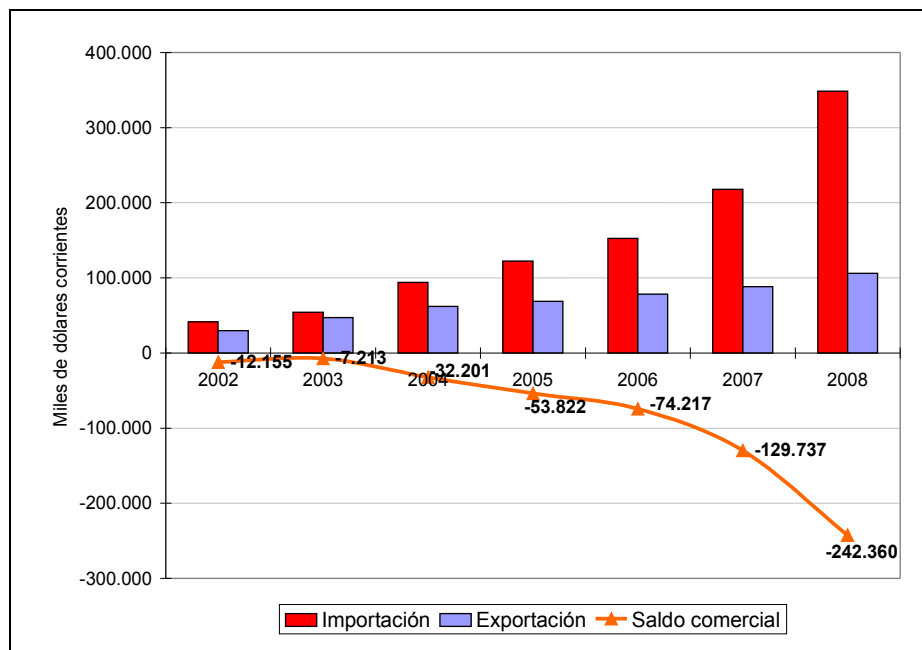


Fuente: INET en base a INDEC.

Más allá del mérito de haber exhibido un interesante dinamismo exportador con un consumo doméstico que se expandió un 49% en los últimos seis años, en esta industria, la gran preocupación sectorial sigue siendo, como en la década pasada, el acelerado incremento de las importaciones. Esas compras alcanzaron los 348 millones de dólares durante el año pasado. Dado que las exportaciones llegaron a los 106 millones de dólares, la balanza del sector

arrojó, en 2008, un déficit de 242 millones de dólares, casi prácticamente el doble que lo registrado un año atrás.

Gráfico 13. Balance comercial reciente de la cadena textil-indumentaria. En millones de dólares corrientes, 2002-2008.



Fuente: INET en base a INDEC.

Un factor determinante en el avance de las importaciones, como ya se expuso anteriormente, fue la expansión de las ventas procedentes de China. Asimismo, los cambios de las políticas comerciales han sido decisivos en esa dinámica. A mediados de la década pasada se estableció un esquema de derechos específicos. A fines de 1998 se modificó ese esquema, limitándolo para los países miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC).⁴ Ello

⁴ Dicha modificación se instrumentó originalmente en octubre de 1998 mediante la Resolución 1184/98 del Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos. El esquema sigue vigente en términos similares, regido por la Resolución 617/01 de octubre de 2001. Como su nombre lo indica, los derechos específicos establecen un monto fijo en dólares por unidad (kilogramo) de producto, a diferencia de los usuales aranceles *ad valorem*, donde el derecho es un porcentaje de precio del bien. No obstante, lo que se estableció en 1998 fue que cuando una mercadería es originaria de un país miembro de la OMC, estos derechos textiles se "truncan" en un techo del 30% o 35% -según el producto-, en caso de que el valor específico supere tales porcentajes. Por ejemplo, si una camisa de algodón española de 300 gramos de peso ingresara al país con un precio CIF de 20 dólares, pagaría 7 dólares de derecho (35% de 20 dólares), aun cuando el

implicó un impacto diferenciado por orígenes, sobre todo considerando que por entonces China –un importante proveedor a la Argentina y al mundo de productos textiles- no pertenecía a la OMC.

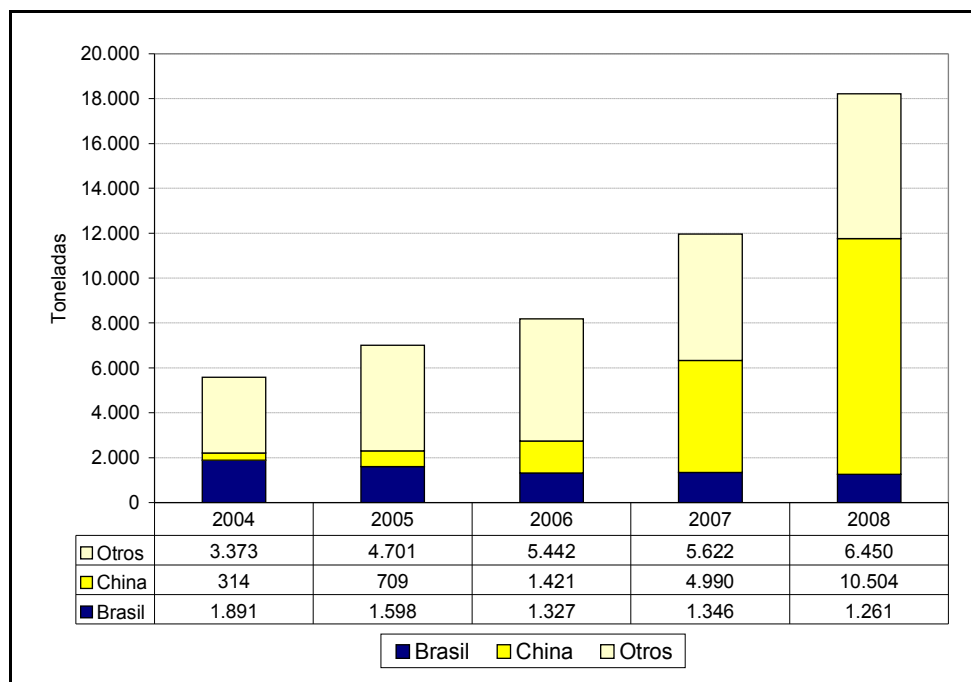
Con el ingreso de aquel país a la OMC, se estableció a fines de 2001 en nuestro país un cronograma que tendió gradualmente a igualar el tratamiento a las importaciones textiles chinas con las del resto de los países miembros.

Dicho tratamiento le permitió a China ganar una participación, desde niveles marginales hasta casi el 60% entre las importaciones totales de la Argentina, que hasta mediados de esta década estaba distribuida entre Brasil – representaba alrededor del 30% del total de las compras externas- y, atomizadamente, entre otros países latinoamericanos y del sudeste asiático.

Gráfico 14. Evolución de la distribución de las importaciones por grandes orígenes. En toneladas⁵, 2004-2008.

específico establecido por la normativa era de 8,2 dólares, ya que tal monto excede el 35% de su valor y España es miembro de la OMC.

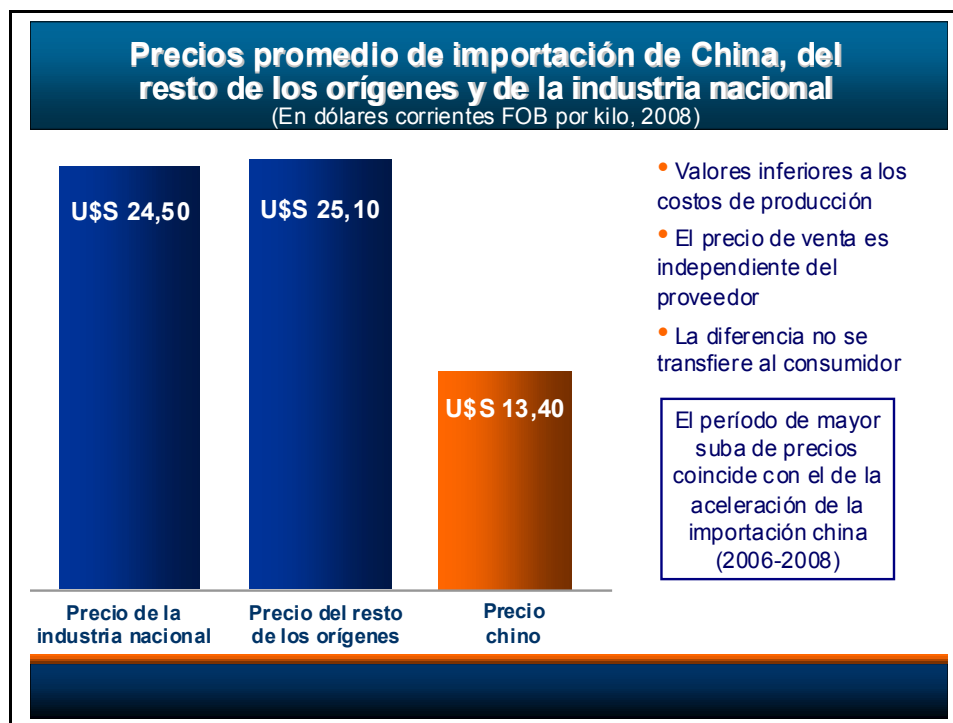
⁵ La medición se realizó en volúmenes para evitar la incidencia diferencial de los precios.



Fuente: INET en base a INDEC.

El motor de esa dinámica fueron claramente los precios de venta. Por ejemplo, mientras que el precio promedio de importación de ropa de todos los orígenes excepto China es de 25,10 dólares por kilo y el precio promedio de producción de indumentaria nacional es de 24,50 dólares por kilo, el valor de importación de ropa originaria de China es de tan sólo 13,40 dólares por kilo. Ese valor está por debajo del costo de producción de una economía capitalista, desplaza a la industria nacional y al resto de los orígenes de importación y, como el precio de venta al público de los importadores es independiente de su origen de abastecimiento, esa diferencia no se transfiere a los consumidores. Esas importaciones implican mayores márgenes de comercialización y una competencia internacional desleal. De hecho, en el período que más creció la importación desde ese origen (2006-2008), se produjeron los mayores aumentos de precios de indumentaria.

Gráfico 15



Fuente: INET en base a Fundación Pro Tejer.

3.5.- El consumo aparente y su evolución 1993-2008

El valor estimado de la producción, en base a las estadísticas oficiales del bloque textil/indumentaria, en 2008, estuvo cercano a los 20 mil millones de pesos. De ellos, algo más de 5 mil millones de pesos corresponden a transacciones entre los propios actores del sector, mientras que el resto, son ventas a otras ramas productivas, al consumo y exportaciones.⁶ Desglosando la cadena de valor, el sector de prendas de vestir generó un valor de producción durante el año pasado en torno de los 8 mil millones de pesos.

La demanda interna de prendas de vestir reflejó signos contractivos tempranos en relación con la evolución general de la economía. Entre 1994 y 1997, el consumo aparente de prendas de vestir se contrajo a un ritmo de 2,6% anual, mientras que el consumo privado agregado de toda la economía se expandió 3,2% promedio en cada uno de esos años.

Esta contracción de un mercado tan masivo como el de la ropa, a contramano de la evolución de la demanda global sugiere la idea de que la demanda por este tipo de productos se habría visto afectada por el proceso de redistribución

⁶ La información cuantitativa contenida en este apartado surge de estimaciones propias en base a datos del INDEC.

regresiva del ingreso que tuvo lugar en la convertibilidad. Esto se agudizó con la crisis económica del 2001/02 cuando se observó una baja del consumo de prendas del 31%, muy superior a la caída del 14% del consumo privado agregado.

Otros factores que pudieron haber impulsado la contracción de la demanda de prendas en los años iniciales de la convertibilidad es el desplazamiento hacia otros bienes y servicios que compiten con aquellas en la canasta de consumo. El financiamiento, que se recuperó con el tipo de cambio fijo, atrajo la atención hacia productos durables (electrodomésticos y electrónicos, principalmente). Por otra parte, el aumento de la parte del ingreso destinado a servicios públicos –de demanda inelástica- también habría restringido la porción del ingreso asignado a vestimenta. El costo de los servicios públicos⁷ en términos de ropa se incrementó en un 150% entre 1990 y 1999.⁸

Por otro lado, según la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares (ENGH) de 1996/97, la indumentaria representaba 4,7% del total del gasto de consumo. Dicha proporción resulta creciente con el nivel de ingreso de la población, ya que entre el 10% de hogares más acomodados ese porcentaje sube a 5,1%, mientras que para las familias ubicadas en el otro extremo de la escala de ingresos, el gasto en ropa era sólo del 3,7% .

Actualmente, la participación de la indumentaria en la canasta de consumo final de las familias es algo superior a aquel 4,7% relevado en 1996 y 1997, rondando el 5%. Dicha participación llegó a un mínimo de 3,8% en 2001, para luego recuperarse, en forma sostenida, como consecuencia de que los precios de la ropa fueron desde entonces más dinámicos que el promedio de los bienes de consumo.

Teniendo en cuenta el fuerte atraso relativo de precios que sufrieron los productos textiles durante la década del '90, cuando deflacionaron, con la devaluación del peso en 2002 se produjo un reacomodamiento del sector que se tradujo en un dinamismo de los precios de la ropa superior al del nivel general del IPC.

En este sentido, los precios de la ropa luego de haber perdido más de 72 puntos porcentuales respecto del IPC general durante la década de los '90, han crecido 14 puntos por encima del mismo desde 2003 hasta 2008.

⁷ Ponderados según su incidencia en la canasta IPC.

⁸ El mayor impacto se dio en el servicio telefónico, para el que el aumento fue de 251%. Respecto del gas y otros combustibles para el hogar la suba relativa fue de casi 200%. La misma relación creció 90% frente al servicio de aguas y servicios sanitarios, y del 60% en electricidad. De hecho, esta relación siguió incrementándose hasta el derrumbe de la convertibilidad. En 2002 el valor de los servicios públicos, en términos de ropa triplicaba su valor de 12 años atrás.

3.6.- Regulaciones. Valores Criterio. Licencias No Automáticas.

Ante la apreciación real de la moneda nacional y el consecuente crecimiento de la competencia internacional, que fuera manifestando cada vez más acentuadamente a partir del año 2005, el gobierno nacional fue aplicando mayores controles al comercio internacional a través de mayores exigencias en la Aduana con los Valores Criterio⁹ y también mediante la utilización cada vez mayor de instrumentos amparados por la OMC, como las Licencias Automáticas¹⁰ y No Automáticas de importación.¹¹

En este escenario, la producción textil y de indumentaria, como la del resto de los sectores industriales de pequeñas y medianas empresas de la economía fue preservada en la medida en que se logró que el crecimiento de las importaciones registrado en el período acompañara la expansión del consumo interno sin implicar desplazamientos significativos en la producción nacional.

⁹ Son aquellos valores o precios de la mercadería importada vigentes al momento de la importación o en un momento próximo a la misma. Cumplen la función de "Precios de referencia" a partir de los cuales se pagan los derechos aduaneros e impuestos de importación. La Aduana los determina a partir de información del comercio internacional quedando en manos de importador probar que los precios a los cuales realizó la importación son los valores de mercado.

¹⁰ Las Licencias Automáticas son licencias que deben otorgarse siempre que se solicitan (automáticamente), sin que intervenga la discrecionalidad del Estado al momento de dicho otorgamiento. Esto implica que las licencias no deben tener un efecto restrictivo para el comercio, sino que deben otorgarse a todos los que la soliciten sin discriminación alguna (siempre que cumplan con los requisitos de la reglamentación). El trámite para su concesión no debe tomar más de diez (10) días hábiles desde el momento de la presentación de la solicitud. Este tipo de licencias se utiliza fundamentalmente con fines estadísticos y no constituye una restricción no arancelaria.

¹¹ Las Licencias No Automáticas son licencias que, como su nombre lo indica, no son otorgadas automáticamente a cualquier solicitante sino que el Estado las otorga luego de comprobado el cumplimiento de ciertos requisitos. Se basan en "*cambios significativos en los flujos de comercio cuyo comportamiento resulta conveniente evaluar*", y con el objeto de defender el empleo y la industria nacional. Por esta normativa las solicitudes de destinación de importación definitiva de las mercaderías alcanzadas quedan sujetas a la tramitación anticipada de las licencias. La documentación incluye el contrato social, los estatutos, el DNI del representante, todos los datos de la mercadería que va a amparar el certificado (peso, cantidad, valor, país de origen y de procedencia, etc.), entre otras cosas.

Esas medidas fueron particularmente importantes, fundamentalmente, a partir del segundo cuatrimestre de 2008, cuando la economía comenzó a registrar signos de contracción.

Especialmente, frente a la dificultad de las empresas del sector textil y principalmente de indumentaria, para gestionar un estudio Antidumping o de Salvaguardias, debido a la gran atomización y dispersión de los actores involucrados en el sector y los requisitos de representatividad de la industria para gestionar este tipo de medidas.¹²

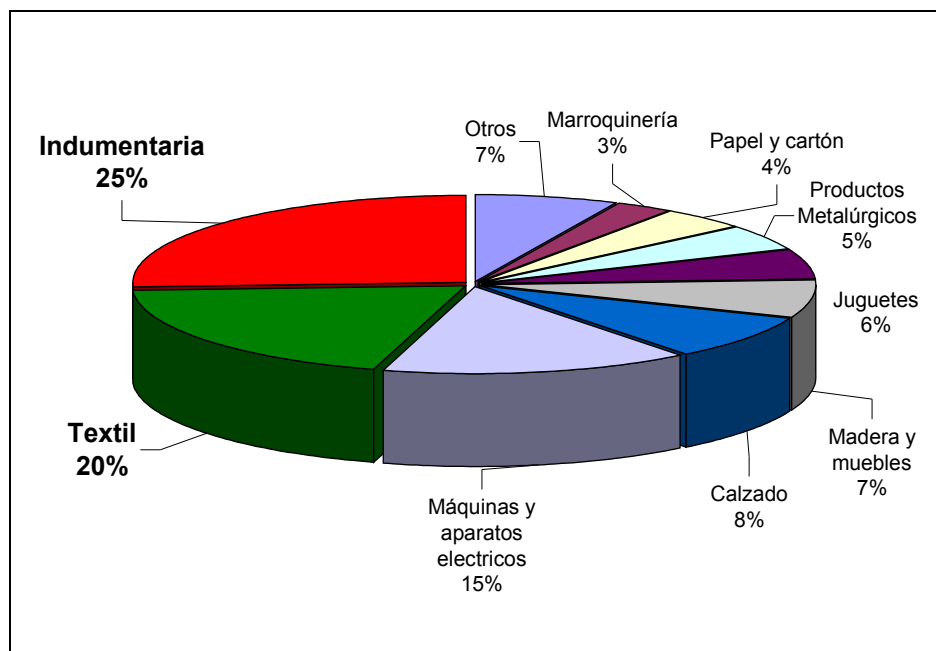
De este modo, en primer lugar, ante una iniciativa de la Cámara Argentina de Empresas de la Industria del Sweater, la cadena de valor obtuvo, en mayo de 2007, el primer conjunto de Licencias No Automáticas de importación de todas las categorías de sweaters. Como consecuencia de la medida, en el año 2008, el sector fue el único rubro de indumentaria donde no se registró un crecimiento de la importación de más de dos dígitos.

Esta experiencia sirvió de *leading case*, para que otras Cámaras y la Fundación Pro Tejer, insistan al Gobierno Nacional para obtener más posiciones arancelarias bajo el régimen de licenciamiento.

De este modo, entre octubre de 2008 y junio de 2009, el gobierno aplicó nuevas licencias para la cadena de valor en 150 posiciones arancelarias adicionales, que mitigó el daño que las importaciones ocasionaban a la industria local. Específicamente del nomenclador de indumentaria, se alcanzaron 93 posiciones arancelarias, que representan el 25% de las licencias no automáticas totales establecidas por el Ministerio de Industria de la Nación.

Gráfico 16. Posiciones arancelarias bajo el régimen de licencias no automáticas de importación por sector de la industria nacional

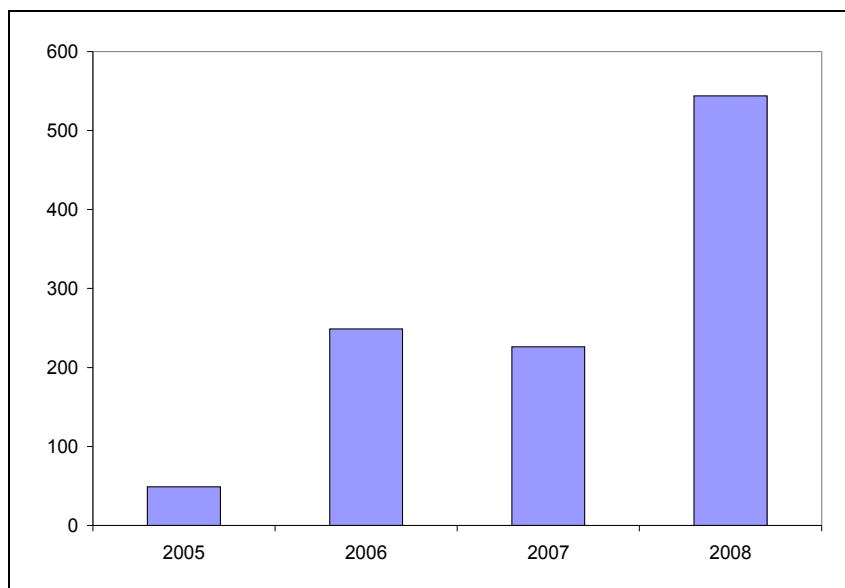
¹² La legislación nacional, enmarcada en las normas de la OMC, establece, como requisito de representatividad de una rama de producción nacional, que los denunciantes de una práctica de dumping deben tener una participación sobre la producción nacional de, por lo menos, el 25%. De acuerdo a lo informado por las principales cámaras sectoriales y la Fundación Pro Tejer, ningún actor en el mercado nacional de indumentaria tiene una participación superior al 2% de la producción total de país.



Fuente: INET en base a Tarifar.

Por su parte, el establecimiento de los Valores Criterio en el sector también fue una medida importante que limitó la extensión de las operaciones de subfacturación en el rubro. En efecto, como se puede apreciar en el siguiente cuadro, se dispusieron 1.105 nuevos valores criterio en la cadena textil - indumentaria entre 2005 y 2008.

Gráfico 17. Posiciones arancelarias alcanzadas por el régimen de Valores Criterio. Número de posiciones arancelarias contabilizadas a nivel SIM



Fuente: INET en base a Dirección General de Aduanas.

4.- Características del sector

4.1.- Características del proceso productivo.

El sector de indumentaria se encarga de producir prendas de vestir, que luego llegan al consumidor final a través de los distintos canales de comercialización.

Está integrado por fabricantes y talleres de confección. Los fabricantes son aquellas firmas que habitualmente corren el riesgo empresario por la producción de ropa, aportan el capital de trabajo, diseñan los productos, organizan esa producción -interna o externamente- y/o desarrollan marcas y/o canales comerciales.

Por su parte, los talleres son los espacios físicos en los cuales se lleva a cabo la actividad confeccionista, la que mayor personal involucra, que consiste en la transformación de las telas en prendas, excepto en el corte en donde existen economías de escala (los diferentes procesos involucrados en esta etapa productiva se describen más adelante).

En general, los fabricantes de ropa suelen tercerizar total o parcialmente la producción en talleres, a fin de focalizar su negocio en la fase comercial y – eventualmente- en el diseño. Así, mediante el desarrollo de marcas, diseño de productos y/o canales de comercialización las empresas buscan diferenciarse de sus competidores.

El sector de indumentaria está conformado, según la Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria (CIAI), por 11.600 empresas. No obstante ello y habida cuenta del alto grado de informalidad que opera en el sector, un poco más de la mitad (6236 firmas) han declarado ante la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) impuesto a las ganancias en 2005.

Predominan empresas PyMEs nacionales y de origen familiar. Según el Censo Nacional Económico de 2004-2005, el 70% de los locales corresponden a micro empresas que ocupan el 19% del empleo sectorial y explican igual porcentaje de la producción (Cuadro 3). En el otro extremo, el 3% corresponde a la categoría de las empresas más grandes que denotan el 37% de la ocupación y la tercera parte de la producción sectorial.

En términos generales, el sector de indumentaria se caracteriza por ser intensivo en mano de obra, estar atomizado, presentar bajas barreras a la entrada y tener una alta elasticidad al ingreso.¹³ En la Argentina, este sector está mayormente orientada al mercado interno, sólo un núcleo de empresas pequeñas y medianas dinámicas exportan moda y diseño.

¹³ Se refiere a que la demanda de este tipo de bienes es sensible a los cambios en el nivel de ingresos.

Cuadro 3. Censo Nacional Económico 2004-2005. Distribución de Locales, Empleo y Valor de la Producción por tamaño de las firmas

Rango de Ocupación	Locales	Ocupados	Valor de la Producción
1-5	70%	19%	19%
6-10	14%	12%	14%
11-50	13%	33%	35%
51 y más	3%	37%	33%

Fuente: INET en base a INDEC.

Por su parte, las importaciones son un factor fuertemente condicionante para el contexto de negocios entre las empresas del sector. Determinan en buena medida la estructura de la oferta de bienes en el mercado. Los precios de los productos importados establecen qué porcentaje ha de fabricarse localmente y cual ha de importarse. La rentabilidad de los fabricantes surge de esta ecuación y, a partir de la misma, la decisión de fabricar localmente o importar. Las compras externas son de hecho un "disciplinador" de precios para los talleres de confección y un elemento que le confiere mayor poder de negociación a las marcas. Estas optan por importar o no en función del costo que les representa producir internamente (tercerizar).

La competencia en los distintos segmentos de mercado puede basarse en la diferenciación (diseño, moda, marca, canal) y/o en el precio. En este sentido quienes tengan una oferta de productos con menos valor agregado (diseño, moda, etc.) deben generar economías de escala para poder competir por precio.

a) Talleres confeccionistas

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. 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,¹⁴ corte, costura, armado y terminado¹⁵ 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:

- 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.
- 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, que se encuentra, generalmente, descentralizado.

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

¹⁴ La tizada es el ordenamiento de todos los moldes de la curva de talles tratando de maximizar el espacio disponible en la pila de tela.

¹⁵ El terminado implica el control final de la prenda para garantizar que ésta no tenga defectos.

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. Las máquinas de uso más frecuente son las overlock, rectas, collaretas¹⁶, etc.

Los talleres se ubican mayormente en la Capital Federal, Gran Buenos Aires y Provincia de Buenos Aires. En la provincia existen algunas zonas geográficas en donde están concentrados (Distritos Productivos) como Pergamino, Arrecifes, Junín, Bragado, Las Flores, Chacabuco, Coronel Suarez, Olavarría, Mar del Plata, entre otros.

En general, ocupan en promedio a 10 personas y suelen tener una organización informal. No obstante ello, también se registran talleres medianos, en los que trabajan más de 50 personas y que presentan una estructura más formalizada semejante a los criterios de organización de una empresa.¹⁷ Por lo general, estas últimas trabajan para marcas, grandes tiendas o hipermercados.

Si bien la máquina juega un papel importante en el taller, la productividad del mismo depende fundamentalmente de la destreza, los conocimientos y la experiencia acumulada de sus operarios. En este sentido, se pueden diferenciar dos conjuntos de talleristas¹⁸: por un lado, los que tuvieron una inserción adecuada (ingresos elevados, formalización laboral, continuidad de trabajos) ya sea provenientes de fábricas textiles o pequeños talleres de alta inserción y, por el otro, los que se insertaron precariamente en el sector y los nuevos trabajadores que tienen menos conocimientos y menor experiencia laboral.

Por otro lado, es posible diferenciar, a modo de caracterización, tres tipologías de talleres: independientes, subordinados y semi-independientes.

¹⁶ Utilizada para las terminaciones de prendas (dobladillo, cierres, etc.)

¹⁷ Esta se caracteriza, entre otras cosas, por: descentralización de la toma de decisiones; implementación de un sistema de planificación y control y algún grado de formalización de los procesos de trabajo.

¹⁸ Operario que trabaja en el taller.

- **Independientes:** son aquellos que tienen la propiedad de sus máquinas y comercializan las prendas que ellos mismos confeccionan en el canal informal como stands, ferias, venta directa, etc.
- **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.
- **Semi-independientes:** son los que han sido contratados por alguna/s empresa/s de ropa y/o taller/es grande/s y también realizan parte de su actividad en forma independiente.

Asimismo se pueden establecer una serie de diferencias entre los subordinados y los independientes en lo que se refiere al proceso de trabajo y comercialización de las prendas (ver Cuadro 4).

Cuadro 4. Etapas de la actividad confeccionista según tipo de taller

	Independientes	Subordinados
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, stands, etc.	Entrega de prendas terminadas a talleres grandes, locales comerciales, marcas de ropa.

Fuente: INET en base a entrevistas.

Teniendo en cuenta el tipo de relaciones que los talleres establecen hacia adelante y hacia atrás en la cadena de valor se puede afirmar que los independientes tienen un vínculo más directo con el consumidor y débil o casi

nula relación con potenciales contratistas (por ej. talleres más grandes, empresas de marcas, etc.).

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.

Un objetivo muchas veces común entre estos talleres, más allá de su condición de independientes o subordinados, es avanzar a una etapa superadora que consiste en comercializar directamente su producción en el mercado con una marca propia.

En cuanto a las relaciones horizontales entre confeccionistas, si bien éstas no resultan muy habituales suelen aparecer fundamentalmente en los llamados Distritos Productivos en la Provincia de Buenos Aires; es decir, en aquellas zonas en donde están concentrados geográficamente.

b) Fabricantes de indumentaria general

Claramente, los fabricantes son los “nodos” o articuladores del sector de indumentaria. Ellos son quienes definen los principales parámetros del proceso de producción y distribución, es decir, determinan qué se va a producir, cómo se va a producir, cuánto y cuándo. También establecen el precio (tanto a los talleres como al público) ya que la gran mayoría está integrado hacia adelante, es decir, posee al menos un canal comercial a través del cual llega directamente al consumidor.

Como se señaló, la tercerización es la organización productiva que predomina en el sector. Esta es una característica de este negocio a nivel internacional.

Esta tendencia hacia el *outsourcing* puede estar asociada a dos cuestiones: una, relacionada con la necesidad de bajar costos (básicamente de mano de obra, principal componente), reducir el riesgo y flexibilizar su oferta en función de la demanda. La otra, con su estrategia competitiva (basada en el precio y/o en la diferenciación) que busca hacer frente a la atomización y a las bajas barreras a la entrada.

Ahora bien, una de las formas en que se diferencian los fabricantes es a través de las marcas. En el mercado local existen un sinnúmero de marcas nacionales que compiten de igual a igual con las extranjeras e incluso en muchos casos han

logrado superarlas en imagen y posicionamiento. La única excepción es el segmento deportivo en donde las internacionales tienen un fuerte dominio.

La marca es el símbolo que identifica a la firma y a partir de la cual ésta define sus políticas de distribución, comunicación y producto. A partir de esta idea es posible diferenciar dos tipologías de empresas: las que centran su estrategia en la marca y las que no.

En general, las que no tienen marca producen ropa más *commodity* –de calidad media baja y con poco diseño- y de más bajo precio. Su “caballito de batalla” son los puntos de distribución y venta, que pueden ser formales (locales o comercios independientes) o informales (La Salada y otras ferias).

Las que centran su estrategia en la marca buscan diferenciarse de sus competidoras a través del diseño, el marketing y el canal (locales exclusivos – propios o franquiciados- a la calle o en shoppings, tiendas multimarcas, etc.). Estos elementos a su vez coadyuvan al mayor o menor éxito que tiene una marca para posicionarse en el mercado y para lograr una mayor valoración por parte de los consumidores.

En términos generales se pueden distinguir tres categorías de marcas: las de alta gama o *premium*; las de gama media; y las de gama baja. Corresponde aclarar que esta clasificación puede aplicarse, en mayor o menor medida, a todos los segmentos (ropa informal, formal, interior, deportiva, de trabajo, para bebés y niños).

Otro aspecto saliente es que una parte importante de los fabricantes están integrados hacia adelante, es decir, poseen al menos un canal comercial que les permite llegar directamente al consumidor y a través del cual compiten con otras empresas que se dedican únicamente a la comercialización.

Ahora bien, teniendo en cuenta su vínculo con los puntos de venta se pueden encontrar en el sector las siguientes tipologías de empresas:

- Fabricantes que tienen locales propios.
- Fabricantes que venden a mayoristas y a minoristas (cadenas de hipermercados, grandes tiendas comerciales, etc.).
- Grandes comercializadores o hipermercados que tienen producción propia y compran a otros fabricantes de indumentaria.

Por su parte, la relación entre el fabricante y el canal puede presentarse bajo distintos formatos: locales propios; sistema de franquicias¹⁹ y comercios minoristas (no propios; multimarca).

Por otro lado, es posible hacer una caracterización de las distintas categorías de marcas mencionadas en función del segmento socio-económico al que se dirigen y el/los canal/es comercial/es que suelen utilizar.

Así, las *premium* venden mayormente a un público de ingresos alto y medio alto (llamado en la jerga del marketing ABC1). Suelen tener locales exclusivos –propios o franquiciados– a la calle y en los shoppings. Otro canal de venta que utilizan es el *outlet*, espacios en los que venden ropa discontinuadas, de temporadas anteriores o con fallas a un precio menor que en los locales tradicionales. Adicionalmente, muchas de ellas han implementado el sistema de franquicias.

Esto da cuenta de la existencia de una relación estrecha entre las marcas fuertes (bien posicionadas) y el canal. En parte esto es así porque en el mundo de la moda el local es el lugar en donde se define “por excelencia” la marca.

Por otro lado, corresponde señalar que muchas de estas firmas han avanzado en el mercado externo y están impulsando las exportaciones del sector. Esto pone en evidencia que la moda y el diseño son las principales armas de las firmas para insertarse en el competitivo mercado internacional.

Entre las principales marcas *premium* podemos mencionar a Akiabara, Caro Cuore, Cheeky, Etiqueta Negra, Kosiuko, La Martina, Mimo, Nike, Adidas, Puma, Rapsodia, Wanama, entre otras.

Las de gama media apuntan a quienes tienen un nivel medio de ingreso (C2C3) y suelen ubicarse locales tradicionales, tiendas multimarca e incluso algunas han ingresado en shoppings. Dentro de este grupo sobresalen Dulce Carola, Eyelit, Fila, Legacy, Materia, New Man, Reebok, Rever Pass, Ritmo, Sol y Oro, Topper, etc.

Finalmente, las de gama baja abastecen al consumidor de ingresos medio-bajo y sus principales puntos de venta son los locales tradicionales.

¹⁹ Implica la existencia de un contrato entre la empresa que tiene la marca (franquiciante) y la que quiere explotarla comercialmente (franquiciado), mediante la cual esta última le paga a la primera un derecho inicial más un porcentaje de regalías mensuales

Cuadro 5. Relaciones entre tipo de marca, segmento socio-económico y canal comercial

Gama	Segmento socio-económico	Canal comercial
<i>Premium</i>	ABC1 (Alto / Medio-alto)	Shoppings; locales tradicionales; franquicias; outlets
<i>Media</i>	C2C3 (Medio)	Locales tradicionales; tiendas multimarca; algunas están en shoppings
<i>Baja</i>	D1D2 (Medio-bajo)	Locales tradicionales

Fuente: INET en base a entrevistas.

Un caso especial, distinto a los anteriores, es el de los hipermercados. Muchos de ellos aprovecharon su plataforma comercial para avanzar hacia atrás de la cadena (desarrollo de diseño y marca), siguiendo así una lógica inversa a la del sector.

Este es un fenómeno relativamente nuevo en la Argentina, que se viene observando en los últimos años y que implica un cambio o redefinición de la estrategia productiva y comercial de estos establecimientos. Muchos de ellos han dejado de ser meros compradores de ropa (local e importada) de calidad media-baja para fabricar (a través de talleres externos) prendas con diseño y de calidad con su propia marca. En este sentido, el caso más resonante es el de Tex, la marca de ropa de los supermercados Carrefour.

c) Supermercados y grandes tiendas

A diferencia del resto de los canales de comercialización, los grandes comercios minoristas como son los supermercados y las grandes tiendas se caracterizan por ocupar amplias superficies y por manejar grandes volúmenes unitarios de ventas. Estos espacios representan el típico caso de cadena controlada por compradores.²⁰ En este sentido, si bien la mayor parte de su oferta es importada, la otra es producida por ellos. En este sentido, también organizan la producción de sus prendas, es decir, diseñan y luego hacen fabricar el producto por terceros para comercializarlo bajo su marca en sus locales.

(i) Supermercados

²⁰ Este patrón suele ser común en industrias mano de obra intensiva, de bienes de consumo semi-durable como prendas de vestir, calzado, juguetes, entre otras.

Para los supermercados la venta de indumentaria constituye una alternativa más dentro de su oferta de productos. No obstante ello, en los últimos años, algunos han cambiado su estrategia en torno a estos productos buscando un mejor posicionamiento de los mismos. En este sentido, aparecen casos como los de Carrefour o Jumbo en los que, aprovechando su plataforma comercial, han lanzado su propia marca de ropa.

No obstante ello, buena parte de la oferta de estas empresas es importada y proviene mayormente de Brasil, Paraguay y los países asiáticos (China, Hong Kong, India, entre otros).

En general, estas grandes superficies tienen una estrategia de ventas basada en dos tipos de artículos:

- Principales: generan buenas ventas, margen y rotación. En general, son prendas del tipo commodities, que se caracterizan por tener un precio atractivo y por su poca sofisticación y funcionalidad en el uso. En general, la oferta corresponde a los rubros informal (remeras, jeans, etc.), deportivo (joggins, pantalones, buzos) y ropa interior y de dormir (medias, calzoncillos, bombachas, pijamas, etc.). La mayor parte de estos productos son importados.
- Satélites: de mayor valor agregado; inicialmente no representan una masa crítica de ventas o margen. Dentro de este grupo están los productos desarrollados con sus propias marcas (Carrefour con Tex; Wal-Mart con 725 Originals, Simply Basic y Athletic Works) y los que han sido producidos en asociación con algún diseñador conocido (Jumbo con Jessica Trosman).

En función de lo anterior, se puede decir que el cambio de estrategia implementada por algunas cadenas consistió en darle mayor impulso a los llamados productos satélite, lo que supone un *upgrade* en calidad y diseño.

Esto a su vez significa que estas empresas no sólo compiten por precio sino también por la calidad de su producto y su gestión. Para ello, se han involucrado más en la parte productiva, dejando de ser meros comercializadores, y han puesto mayor atención a cuestiones tales como la calidad, los puntos de gestión y la relación con los proveedores.

Por otro lado, si bien los supermercados presentan ciertas ventajas frente a sus competidores como las de tener dominio sobre el canal de comercialización, una reducida estructura de ventas (no tienen vendedores) y la favorable relación costo-precio de la ropa por metro cuadrado de exhibición, se enfrentan con otro problema, que es la de revertir la imagen que tienen los

consumidores sobre el tipo de producto que allí comúnmente se vende (de calidad media baja y sin diseño) y de los hábitos de compra.

(ii) Las grandes tiendas

Las grandes tiendas, llamadas también tiendas departamentales o por departamento (del inglés *department store*), son amplios locales que se caracterizan por estar divididos en varios sectores (de ropa para hombre, para mujer, para niños, etc.).

Si bien constituyen un canal con larga tradición en el país –con Harrods y Gath y Chávez como los íconos comerciales- estuvieron a punto de desaparecer hasta que en los últimos años fueron reflatadas por grandes empresas transnacionales. Las principales tiendas que existen hoy en el país son la chilenas Falabella²¹ y Johnson's y la española Zara.²²

Estas tiendas suelen ubicarse en shoppings y en importantes arterias comerciales (peatonales o avenidas). Si bien una parte importante de sus ventas corresponden a los rubros de indumentaria y accesorios -de marca propia o multimarca-, también ofrecen otros productos (calzado, juguetes, etc.).

En general, tienen una oferta de productos en la que combinan oferta importada y nacional. La mayor parte corresponde a productos importados, de hecho las tiendas señaladas son las principales importadores del sector. Muchos de los productos que estas empresas compran del exterior provienen de otras filiales comerciales y/o de sus casas matrices. En cuanto a la parte de la oferta que es nacional, es confeccionada por terceros bajo especificaciones de la misma empresa.

d) La economía informal

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

²¹ Es la primera que ingresa en el mercado en la década de los '90.

²² La holandesa C&A acaba de retirarse de la Argentina.

alcanzada por el sistema tributario, escapa a los sistemas regulatorios y son difíciles de captar por las estadísticas.

Se pueden distinguir tres tipologías de actividades englobadas en la informalidad:

- Actividades económicas legales no declaradas: si bien no están prohibidas por la ley no son declaradas a las autoridades, existiendo obligación de hacerlo. Un caso típico es la evasión impositiva.
- Actividades económicas ilegales: están prohibidas por las normas legales vigentes en un país. Ejemplo de ellas son el contrabando y la falsificación de marcas y el trabajo de inmigrantes ilegales.
- Actividades económicas domésticas: no están alcanzadas por el sistema tributario, regulatorio y estadístico por la deficiencia de estos sistemas o por la decisión de las autoridades.

Corresponde aclarar que en esta sección nos centraremos en el primer grupo de actividades, lo que no implica que se desconozca o subestime la existencia de actividades de contrabando y falsificación de marcas, que de hecho están presentes y preocupan fuertemente a determinados segmentos de este sector (marcas de ropa deportiva e informal).

Por otro lado, en esta actividad - como otras ramas de la economía - el sector informal no opera ni absolutamente en negro ni su opuesto lo hace en forma totalmente legal. Es decir, existe un abanico más amplio, en el que aparecen una gama de zonas de grises. La informalidad se puede identificar a través de diferentes aspectos:

- Inexistencia de habilitación, o cumplimiento de la normativa sanitaria de los locales.
- Evasión fiscal y de contribuciones sociales a través de la subdeclaración.
- Evasión de contribuciones sociales mediante la subdeclaración del personal (trabajo no registrado) o del salario (remuneraciones no registradas) o de las horas efectivamente trabajadas (horas no registradas).

En función de esta caracterización se pueden establecer distintos grados de informalidad bajo los cuales puede operar una empresa: total, parcial o formal. Es totalmente oculta cuando no cumple con el requisito 1, es decir, no está empadronada o habilitada. Está parcialmente oculta si se ubica en las estrategias 2 y 3 y evade en una proporción alta (más del 30%). Finalmente,

opera en la formalidad cuando no oculta su actividad cuando lo hace en una proporción inferior al 30%.

Ahora bien, en el sector de indumentaria no existen datos fehacientes que permitan dar cuenta del nivel de informalidad que hay en la misma. No obstante, según estimaciones de la CIAI, más del 50% de la ropa que se comercializa en el país es originada en la actividad informal.

Asimismo, según datos del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, el empleo no registrado²³ 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%.

Sin dudas la Feria de La Salada²⁴, 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 pueden mencionar factores de índole estructural y otros más coyunturales. Dentro de los primeros aparecen:

- 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 core 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.

²³ Estas estadísticas computan a la población mayor de 18 años y excluyen a los beneficiarios de los planes de empleo.

²⁴ Si bien en esta feria también se vende al público, la mayor parte de sus ventas son al por mayor.

En principio se supone que las empresas “articuladoras” o “nodos”, o sea, las que tienen el *core* del proceso productivo, el diseño, la marca y la comercialización ocultan poco.

Por el contrario, 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.

En el primer caso 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 subdeclarado van juntos y son parte del mismo fenómeno.

En el segundo caso puede tratarse de empresas que no están habilitadas y tienen trabajadores no declarados o de firmas que subfacturan 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.

Por otro lado, no se puede pasar por alto las otras modalidades que adopta la informalidad en este sector que son el contrabando y la falsificación de marcas. Corresponde señalar que esta última está penada por la ley de marcas y designaciones (Ley 22.362).

Asimismo se estima que una parte de la ropa falsificada proviene del contrabando y otra –quizás más significativa- de talleres, muchos de los cuales se supone que también trabajan para firmas que operan dentro de los circuitos comerciales formales.

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.

Por último, se puede decir que la informalidad es un tema complejo que impone una serie de desafíos. En primer lugar, el de generar 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.

4.2.- Cambios recientes en el sector por tamaño de empresas.

La información desagregada por tipo de empresa más reciente corresponde al relevamiento que realiza periódicamente la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional a través del Mapa PyME. Esta información permite indagar sobre, por un lado, datos más estructurales como empleo, cantidad de empresas y ventas y, por el otro, sobre aspectos más cualitativos como demanda laboral y capacitación, inversión, innovación, calidad, etc. Estos últimos parámetros contienen información sobre los principales distritos confeccionistas, es decir Capital Federal, Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe.

a) Empleo, empresas y ventas

En primer término, cabe señalar, para la muestra de Mapa PyME, la participación del sector confección de prendas de vestir sobre el total de la cadena de valor. El Cuadro 6 muestra la participación en 2008 en cuanto a la cantidad de empresas, empleo y ventas.

Cuadro 6. Participación del segmento Confección de Prendas de Vestir en la cadena de valor. 2008

Indicador	Confección de prendas de vestir en la cadena de valor
Cantidad de empresas	58%
Empleo	43%
Ventas	38%

Fuente: INET en base a Mapa PyME.

Al tratarse de un sector predominantemente PyME explica casi el 60% de las empresas y porcentajes decrecientes en empleo y ventas. Es decir, en comparación con el sector textil, además de la diferencia de tamaño, muestra menos empleados por unidad productiva junto a niveles de venta proporcionalmente aún más reducida y productividad laboral inferior. Estos

resultados se emparentan con las características del sector: pequeñas empresas intensivas en mano de obra.

Más allá de estos aspectos estructurales, en el 2008 se redujo el empleo en el sector, aunque menos que la cantidad de empresas, incrementándose el promedio de empleados por establecimiento en un 6% lo que equivale a 10 ocupados por empresa. Asimismo, las ventas del sector crecieron por lo que tuvo la misma tendencia las ventas por establecimiento y la productividad de la mano de obra (Cuadro 7).

Cuadro 7. Cambios en el segmento Confección de Prendas de Vestir. 2008 en relación a 2007.

Indicador	Variación 2008 respecto a 2007
Cantidad de empresas	- 7,6%
Empleo	- 2,1%
Ventas	+ 31,9%
Empleo por empresa	+ 6,0%
Ventas por empresa	+ 42,8%
Ventas por empleado	+ 34,7%

Fuente: INET en base a Mapa PyME.

En cuanto a la evolución por tipo de empresa, a mayor tamaño mayor aumento de ventas en 2008 respecto del año anterior, incluso las ventas de las empresas micro se redujeron en 2008. Idéntico desempeño se observa en cuanto a la evolución en el empleo y la cantidad de empresas (Cuadro 8).

En todos los casos se reducen los empleados por empresa y crecen tanto las ventas por empresa y la productividad de los ocupados.

La comparación del comportamiento por tamaño de empresa permite inferir que a las grandes les fue mejor que a las chicas generándose una tendencia hacia la concentración de la actividad.

La menor rentabilidad de las empresas de menor porte podría estar ocasionando un proceso de mayor informalidad en el sector.

Cuadro 8. Cambios por tamaño de empresa. 2008 en relación a 2007.

Indicador	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
Cantidad de empresas	-12,7%	18,9%	32,3%	61,5%
Empleo	-20,9%	-3,3%	6,3%	36,6%
Ventas	-4,0%	23,1%	32,7%	83,2%
Empleo por empresa	-9,3%	-18,7%	-19,6%	-15,4%
Ventas por empresa	10,0%	3,5%	0,3%	13,4%
Ventas por empleado	21,3%	27,2%	24,8%	34,1%

Fuente: INET en base a Mapa PyME.

b) Aspectos cualitativos en principales jurisdicciones

Las cuatro jurisdicciones principales, Capital Federal, Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe, explican el 96% del empleo en el relevamiento llevado a cabo por Mapa PyME.

La última información disponible sobre el nivel de ocupación corresponde a la variación del segundo semestre de 2008 respecto al mismo período del año anterior. Los guarismos muestran estabilidad en el empleo. En efecto, para el sector en su conjunto, mientras la mitad de las empresas mantuvo el mismo personal, el 26% lo aumentó y el 22% lo redujo (Cuadro 9).

La mayor estabilidad se observa en la Provincia de Buenos Aires y en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), en la primera con leve disminución de personal y en la segunda con aumento. Por su parte, en Córdoba y Santa Fe se registra una menor estabilidad con tendencia, aunque suave, a la reducción del empleo.

Cuadro 9. Cambios en el empleo por jurisdicción. Segundo semestre 2008 en relación a igual período 2007.

Jurisdicción	Aumentó	Mantuvo	Disminuyó
Buenos Aires	20%	58%	22%
CABA	30%	51%	20%
Córdoba	28%	39%	33%
Santa Fe	34%	30%	36%
Total	26%	51%	22%

Fuente: INET en base a Mapa PyME.

Por su parte, el nivel de producción se vio resentido en el mismo período señalado anteriormente. Mientras que para el total de jurisdicciones sólo el 10% aumento la producción, el 47% de las empresas la redujo. Los menores incrementos de producción se dan en Buenos Aires y CABA y la mayor reducción en Santa Fe donde el 56% de las empresas la disminuyeron (Cuadro 10).

Cuadro 10. Cambios en la producción por jurisdicción. Segundo semestre 2008 en relación a igual período 2007.

Jurisdicción	Aumentó	Mantuvo	Disminuyó
Buenos Aires	10%	41%	49%
CABA	8%	46%	45%
Córdoba	18%	36%	46%
Santa Fe	17%	27%	56%
Total	10%	42%	47%

Fuente: INET en base a Mapa PyME.

Por su parte, los datos de inversión indican una fuerte reducción en los últimos años. El mayor número de empresas que invirtieron se registró en el 2005, en el 2007 esa cantidad de firmas se redujo al 20%.

El relevamiento para el 2007 indica que en el total de jurisdicciones bajo estudio sólo el 19% de las empresas realizaron inversiones, el mayor número en Córdoba y el menor en Santa Fe.

En el 2008 los guarismos son aún inferiores, únicamente el 9% invirtió, en este caso Santa Fe registra el porcentaje más alto y Buenos Aires y CABA los más bajos (Cuadro 11).

Cuadro 11. Porcentaje de empresas que invirtieron. 2007 y 2008.

Jurisdicción	2007	2008
Buenos Aires	19%	7%
CABA	19%	6%
Córdoba	24%	11%
Santa Fe	9%	36%
Total	19%	9%

Fuente: INET en base a Mapa PyME.

Como fuera señalado anteriormente, el comportamiento de las importaciones tiene un peso relevante sobre el desenvolvimiento en el sector. La fuerte suba de las compras externas ha disminuido la rentabilidad en la actividad por la suba de los costos internos que ha repercutido en una caída de la competitividad sectorial. En este marco, las inversiones perdieron dinamismo ya que su tasa de retorno las hace prácticamente inviables, más aún teniendo en cuenta que las mismas se realizan preponderantemente con capital propio denotando una falencia significativa en el sistema financiero como librador de crédito para este sector productivo.

En cuanto al proceso de innovación sectorial, el período de referencia en el relevamiento de Mapa Pyme corresponde al comprendido entre junio de 2006 e igual período de 2008. En este caso, la cuarta parte de las empresas han innovado. Este porcentaje también corresponde a las dos jurisdicciones más relevantes (Buenos Aires y CABA), mientras que en Córdoba hay muy pocos casos de innovación y en Santa Fe son importantes (Cuadro 12).

Las causas esgrimidas más frecuentemente como justificativos para no innovar fueron: excesivos riesgos económicos, elevados costos de innovación y falta de financiamiento.

Cuadro 12. Porcentaje de empresas que innovaron. Junio 2006 – junio 2008.

Jurisdicción	Empresas que innovaron
Buenos Aires	24%
CABA	26%
Córdoba	5%
Santa Fe	66%
Total	26%

Fuente: INET en base a Mapa PyME.

Finalmente, en el mismo período, el 22% de las empresas realizaron actividades de capacitación, registrando Buenos Aires y CABA los porcentajes más elevados (Cuadro 13).

Cuadro 13. Porcentaje de empresas que realizaron actividades de capacitación. Junio 2006 – junio 2008.

Jurisdicción	Empresas que capacitaron
Buenos Aires	28%

CABA	21%
Córdoba	8%
Santa Fe	12%
Total	22%

Fuente: INET en base a Mapa PyME.

4.3.- Principales características de los mayores eslabones de la cadena de valor

A) Producción primaria

Respecto al mix de insumos, la mayoría de las hilanderías nacionales incorpora la fibra de algodón de forma intensiva. Si bien mayoritariamente se procesa esta materia prima en estado puro, también se la mezcla. A nivel general, entre todos los insumos utilizados por la industria, el algodón tiene una participación cercana al 70%. El poliéster, en tanto, es utilizado en un 20% aproximadamente y el resto de las materias primas empleadas son otras fibras sintéticas –acrílico (luego del poliéster es la más utilizada), nylon, poliamida, nomex y kevlar, entre otras-, las artificiales –rayón viscosa y acetatos- y la lana (es muy baja su utilización).

En el caso del cultivo del algodón, la producción primaria está atomizada. Pese a que hay algunos grandes cosechadores, desmotadoras de algodón²⁵ de envergadura e hilanderías de peso, el poder de mercado de los tres segmentos está restringido, dado que los valores de la fibra cotizan en las principales bolsas del mundo. No obstante, en el mercado del algodón, como sucede en los de commodities en general, hay elevada incertidumbre por múltiples factores que pueden influir en los precios y en la comercialización. En ese sentido, aquellos que tienen más información, se anticipan y pueden obtener mayores márgenes de beneficio.

Existen diferentes canales de aprovisionamiento de fibra. Uno de ellos son las cooperativas, donde pequeños y medianos productores concentran su producción de algodón en bruto y comparten una desmotadora. De esa forma, prorratan costos de producción, administración y comercialización y tienen más poder en las negociaciones.

²⁵ Esas firmas pueden estar integradas o comprar el algodón en bruto a pequeños, medianos y grandes cosechadores. Su actividad consiste en separar, desde el algodón en bruto, la fibra de la semilla y de la suciedad.

Otra forma de venta es a través de acopiadores, que compran directamente a los pequeños y medianos cosechadores, para luego revender la mercadería. En tanto, como en otros mercados de commodities, también existe la figura del corredor, cuya función consiste en encontrar compradores y vendedores; estos agentes reciben una comisión y no asumen responsabilidad financiera por la transacción.

Los grandes productores, por su parte, orientan sus ventas hacia desmotadoras privadas que suelen pagar la materia prima al contado. Éstas, a su vez, destinan la fibra a la exportación y a las hilanderías.

La importación, por último, representa una alternativa adicional de abastecimiento, que ha sido más necesaria en las últimas temporadas para poder proveer a toda la industria. En primer lugar, porque, si bien, en general, las hilanderías se abastecen de fibra nacional, el auge sojero provocó, a fines de la década pasada, el desplazamiento de la producción algodonera. Este fenómeno sumado, a la expansión de la capacidad productiva de la industria nacional de los últimos años, implicó que las hilanderías tengan que importar.

Esas compras tienen como origen fundamentalmente a Brasil por tratarse de un país integrante del MERCOSUR, tener fibra no contaminada en abundancia y de mayor calidad que la nacional.

B) Hilanderías

Hay dos métodos principales de producción: el de hilatura convencional por anillos -en sus dos variantes: cardado y peinado- y el *open end*. Pese a que el segundo tipo de proceso es más moderno -se difundió masivamente en los años ochenta-, en ambos casos se trata de una tecnología madura sin márgenes significativos para la innovación.

La principal virtud del *open end* radica en que es un sistema que ahorra pasos en la preparación de la fibra previos a la hilatura "en sí misma" y, por consiguiente, es un sistema más económico que el método por anillos. No obstante, la calidad del hilado es inferior que en el sistema por anillos y se desvirtúa el proceso de peinado de la fibra, que en el método convencional se utiliza para obtener hilos de mayor suavidad y finura.

Respecto a la localización geográfica de la producción, se presentan tres factores de atracción para la instalación de las fábricas: la cercanía a la provisión de la materia prima (generada principalmente en Chaco y en menor medida Santiago del Estero y Formosa, Santa Fe y Corrientes), el rápido acceso a los grandes mercados (básicamente Buenos Aires) y poder utilizar los regímenes de promoción industrial (La Rioja, San Luis y Catamarca).

Siendo el sector más intensivo en capital de la cadena textil y generador básicamente de commodities, las ventajas competitivas de la industria hilandera residen, por un lado, en las economías de escalas que determinan niveles mínimos óptimos de producción. Esas escalas deben ser elevadas porque el proceso está prácticamente automatizado y los tiempos muertos de descarga y carga de la fibra y el acondicionamiento de la maquinaria vuelven menos rentables las pequeñas series de producción. También hay importantes economías de escala reales y pecuniarias en la administración, la comercialización, el gerenciamiento, el transporte y el almacenamiento.

Por otro lado, es de vital importancia para la competitividad de la industria la disponibilidad de materia prima a valores internacionales y en niveles aceptables de calidad. En ese sentido, la producción nacional posee la fortaleza de contar con todo tipo de fibras naturales en abundancia –algodón²⁶, lana (se exporta mayoritariamente sin hilar) y camélidos (sólo se procesa a nivel artesanal)- y un productor de escala mundial de fibras e hilados de poliéster (MAFISSA).

Asimismo, otra ventaja competitiva en este sector, que se replica en el resto de los eslabones de la cadena, es la difundida presencia de empresas con fuerte tradición productiva, de capitales nacionales y con amplio conocimiento técnico y especializado del funcionamiento de la cadena productiva.

La mayor empresa dentro de este eslabón es TN&Platex, que cuenta con siete plantas productivas distribuidas en cinco provincias y produce 4.000 toneladas mensuales. En segundo lugar, aparece Tipoití (tiene capacidad para producir 1.900 toneladas) y, como tercer gran productor, pero en una escala menor (700 toneladas), está la firma Algodonera Avellaneda, propiedad del grupo Vicentín, que a diferencia de las otras dos compañías también posee su tejeduría.

C) Tejedurías

La demanda derivada de las hilanderías está compuesta por empresas productoras de tejidos de punto, planos, trapos para limpieza, medicinales (gasas) y otros para diferentes industrias, mayoritariamente productores de cordelería (cuerdas y cordeles).

Los clientes más importantes de las hilanderías son las tejedurías de punto –absorben cerca del 65% de las compras totales -, debido a que, a diferencia de los tejedores planos, que tienen una participación de casi el 30% en el

²⁶ Pese a que en los últimos años fue desplazado por la soja, es un cultivo en recuperación con enorme potencialidad. De hecho, antes del auge sojero de fines de la década del noventa, el algodón llegó a generar exportaciones cercanas a los 500 millones de dólares anuales.

mercado, ese sector está menos integrado²⁷ y predomina en el mercado nacional la elaboración de indumentaria de tejido de punto sobre la plana.

Si bien durante la convertibilidad las hilanderías carecían de poder de mercado para imponer condiciones comerciales a la mayoría de sus clientes, con la devaluación de 2002, la recuperación del mercado interno y el mayor costo de la importación, las reglas de juego cambiaron a favor de las hilanderías. De hecho, en la actualidad, las grandes hilanderías pueden imponer sus condiciones de venta, aunque no se involucren en las decisiones productivas de las tejedurías que en la mayoría de los casos son pymes y compiten independientemente entre sí.

Esta asimetría de poder en favor de las hilanderías es alcanzada, asimismo, por su mayor tamaño y la escasez de alternativas de sus clientes, pese a que casi ninguno de ellos trabaja en forma exclusiva con una sola hilandería y la importación siempre es una opción.

La política comercial aplicada por las hilanderías permite coordinar en alguna medida el funcionamiento “aguas abajo” de la cadena de valor, de modo de amortiguar crisis que podrían acontecer en un mercado desorganizado, como cuando, tras la última crisis de fines de los noventa, el alargamiento de los plazos de pago provocó que el colapso se haya agudizado. Por ello, una de las condiciones que exigen las hilanderías es el pago al contado de la mercadería o en un plazo máximo de 60 días.

En cuanto a la formación de precios, siendo los hilados un producto de baja diferenciación y de alto grado de transabilidad en los mercados internacionales, propio de un commodity, los precios están definidos por la acción de la oferta y la demanda mundiales. En esta dinámica, la oferta local no tiene capacidad para establecer precios superiores a los del mercado internacional.

Pese a que las firmas líderes no llegan a poder especificar quién producirá qué, monitorean la performance de los fabricantes en función de establecer una relación de mutuo beneficio, dado que el crecimiento de un sector está en función del otro. A través de este control, las hilanderías están en condiciones de captar y buscar la forma de solucionar problemas técnicos o cuellos de botella que puedan estar afectando el desarrollo general de las tejedurías. De hecho, las hilanderías, en general, prestan asistencia técnica a sus clientes.

Dada la baja movilidad de capitales en el mercado, excepto durante las grandes crisis macroeconómicas, los vínculos son estables y de alta repetición. Sin embargo, el rasgo quizás más distintivo son las relaciones personalizadas, que son consecuencia de años e incluso, en algunos casos, de generaciones

²⁷ Cabe aclarar que los grandes usuarios de hilado de algodón entre las tejedurías planas son los productores de denim que –como se verá más adelante– operan con hilandería propia.

involucradas en el negocio. De esa forma, las economías de experiencia en el trato individualizado con cada cliente representa una clara ventaja competitiva y, por consiguiente, una barrera a la entrada para un nuevo actor en el mercado.

D)Tejedurías de tela plana

Las telas planas se caracterizan por su resistencia, rigidez y durabilidad, dentro de la cadena representan un sector intensivo en capital, ya que los procesos de urdido y de encolado requieren escalas mínimas óptimas relativamente elevadas. Se utilizan básicamente para la producción de pantalones, camisas y camperas. También gran parte de su producción se destina a la producción de confecciones para el hogar (sábanas, toallas, cortinas, manteles, etc.).

Dado que la tela plana es prácticamente un commodity con gran competencia de mercadería proveniente de Brasil, Pakistán y crecientemente de China e India, en general, el margen de rentabilidad que puede aplicar el fabricante sobre los costos es muy bajo.

En cuanto a las firmas de tejido plano con tintorería, en general son empresas medianas o grandes muy golpeadas tras la crisis de los noventa. Entre las más importantes que sobrevivieron se puede señalar a: Estampados Rotativos, Karatex, Vandensfil y Tecotex.

El sector también cuenta con una franja competitiva de alrededor de 100 pequeños emprendimientos familiares ubicados en la localidad de Luján que generan cerca de la mitad de la producción continental de la Argentina de tejidos planos crudos. Para reducir los costos de urdido y encolado, en general, trabajan a través de cooperativas.

Entre los productos más importantes de este segmento se destaca la producción de gabardinas y particularmente de denim. Las características distintivas de este tipo de tela es que es de tejido plano, de puro algodón asargado, donde los hilos de la urdimbre²⁸ poseen una clásica coloración del azul índigo originario de la India y los de la trama son crudos. Tradicionalmente, la construcción de la sarga es de 3 hilos de urdimbre por sobre cada hilo de trama, provocando las típicas diagonales azules de los pantalones de jean confeccionados con este tipo de tela, principal uso del denim.

²⁸ En el telar los hilos de urdimbre son aquellos que en dirección longitudinal (de abajo hacia arriba) cruzan, empujados por un peine, a los hilos de la trama, que en sentido transversal alimentan al telar en el proceso de tejido.

A diferencia de las empresas de tejidos de punto principalmente y también de algunas otras de tejido plano, los productores de denim, dada la complejidad y especificidad de la tecnología aplicada y la intensa competencia a nivel nacional e internacional imperante en el sector, poseen estructuras de fabricación integradas hacia las fases inmediatamente previas, es decir, además de tejer, hilan. Otro aspecto distintivo del proceso productivo es que el teñido siempre se realiza en una fase intermedia posterior al hilado y previa al tejido. Este proceso también está incorporado a la estructura de fabricación de las empresas. Por último, como paso anterior al empaque, el tejido es sometido a un proceso de pre-encogido mecánico, que previene encogimientos no deseados de la prenda terminada.

Esa integración vertical de las empresas de denim es una tendencia mundial y se basa fundamentalmente en una cuestión de eficiencia, que resulta, en buena medida, del avanzado desarrollo del mercado mundial, que, como se analiza a continuación, sufre de periódicas crisis de sobreproducción.

En cuanto a la constitución del mercado interno de denim, existen cinco productores (Alpargatas-Santista, Santana, Algoselán, Ibero y Fibraltex) que abastecen a casi el 60% del consumo nacional y el resto es aportado por la importación proveniente esencialmente de Brasil y de China.

E) Tejedurías de punto

Las tejedurías de punto transforman los hilados bonetería²⁹ en distintos géneros de tejido -jersey, interlock, rib, frisa, polar, morley, piqué, etc.- que luego son utilizados para la confección de prendas de vestir (remeras, buzos, chombas, etc.). Las telas de punto se caracterizan por su elasticidad y facilidad de adaptación al cuerpo.

Esta rama textil está integrada por alrededor de 500 empresas, cuya producción anual estimada en 2007 fue de 110 millones de kilogramos con un pleno uso de su capacidad instalada en la mayoría de los casos. La información que se obtuvo a través de consultas a los productores tanto hilanderos como tejedores y a través del monitoreo del comercio exterior de hilados indica que el 60% fue elaborado, en 2007, por tejedurías sin hilandería y el 40% restante fueron fabricados por tejedurías que cuentan con hilandería propia.

Si bien la mayoría de las empresas de este sector son PyMEs, existen alrededor de 10 firmas relativamente grandes, algunas de las cuales están integradas hacia la etapa anterior de la cadena, o sea, tienen hilandería propia, como Sedamil, Ritex, Cladd, Texcom y Coteco. Entre las no integradas más importantes figuran Guildord, Iteva, Amesud, entre otras.

²⁹ Tipo de hilado habitualmente utilizado por los fabricantes de tejidos de puntos.

No constituyen un segmento tan capital intensivo como el de las hilanderías ni tampoco como el de las tejedurías planas. En general, la producción se realiza en series cortas y requiere de máquinas circulares³⁰, que son de menor costo y de bajo nivel de automatización. No obstante, en los últimos años no hubo una entrada significativa de nuevas empresas pese a las bajas registradas tras la crisis y al posterior crecimiento del mercado. Una explicación a este fenómeno puede estar relacionada con la curva de aprendizaje de las empresas en donde es clave la experiencia acumulada; el acervo de conocimientos técnicos y la mano de obra especializada necesaria para ingresar al sector. Las empresas existentes son, en general, de origen familiar y con larga trayectoria en el sector.

Entre las empresas medianas y grandes con tejeduría de punto, que operan en el sector con tintorería propia, se destacan, entre otras, firmas como Iteva, Texcom, Ritex, Sedamil, Guilford, Nortextil y Amesud.

Un aspecto adicional vinculado a lo anterior es que las empresas, como en el resto de la cadena de valor, suelen recurrir a otras que trabajan para terceros para completar su producción. Las tejedurías fasoneras compiten entre sí por precio, calidad y capacidad de respuesta en tiempo y forma. Las condiciones de ingreso en este segmento, al ofrecer sólo el servicio de tejido y no encargarse de compra de la materia prima ni de la venta del producto final, son más simples y se registra un mayor grado de informalidad que en el caso de las empresas que también comercializan su producción en el mercado.

Sin embargo, cabe aclarar que en general todas las empresas, a fin de optimizar sus recursos productivos y sus ventas, destinan parte de su estructura productiva al servicio de fasón y complementan su oferta contratando dicho servicio cuando deben atender pedidos que superan su capacidad de producción. Esas relaciones que se generan entre empresas del mismo sector suelen ser estables y duraderas.

Por otro lado, muchas tejedurías tienen su propia tintorería y realizan esta actividad para terceros en una magnitud relevante, además de hacerlo para uso propio.

En general, son pocos los fabricantes de telas que están integrados hacia atrás y/o hacia adelante (no suelen confeccionar prendas ni tener canales de comercialización propios).

Sus proveedores son las hilanderías locales que le venden hilados tipo bonetería (principalmente de algodón, poliéster y mezcla). También se

³⁰ Las agujas en éstas máquinas se disponen sobre un cilindro que permite la producción de un tejido circular en forma de espiral.

abastecen de insumos importados por diferentes razones: falta de oferta nacional (fibras especiales), calidad y/o precio.

Sus principales clientes son los fabricantes de prendas de vestir, supermercados, entre otros- y los mayoristas y/o distribuidores de telas.

En cuanto a la competencia en el sector, los factores determinantes son la diferenciación de producto -a través del acabado de telas (tintorería y estampería) y prácticas de gestión, que permiten lograr un mejor diseño y calidad, y el precio.

Un elemento que permite segmentar este mercado es el tipo de prendas que suelen producirse con una determinada tela. En este sentido, hay tejedurías que fabrican tejidos para uso deportivo, informal, alta moda, etc.

Por su parte, la importación de tejidos de punto no representa una fuerte amenaza en este sector debido que la diferenciación de producto y la existencia de series de producción cortas - por el efecto de los cambios de temporada y de la moda - actúan como barreras naturales. Sin perjuicio de ello -como en casi todo el resto de la cadena textil-, las firmas se sienten vulnerables frente al ingreso del exterior de productos terminados (prendas de vestir).

F) Tintorerías

El proceso de acabado es determinante en la calidad de un tejido para ser utilizado en la confección de una prenda de vestir. En esta cadena de valor es uno de los procesos más intensivos en capital. En consecuencia, atento al elevado costo de la tecnología aplicada en este tipo de transformación, son pocas las empresas que están en condiciones ofrecerlo y representa un cuello de botella para el sector en el mercado y una barrera a la entrada para las tejedurías tanto de punto como de plano.

La mayor tintorería para terceros, tanto de tejido de punto como de plano, que ofrece un servicio de alta calidad se llama Italcolore, una firma de capitales argentinos e italianos que incentivada por el modelo de reindustrialización se instaló, en 2006, Parque Industrial Villa Flandria de la localidad de José M. Jauregui.

G) Indumentaria

Los clientes de las tejedurías, abocados a alguna fase de la producción de indumentaria se pueden dividir del siguiente modo: marcas de ropa, fabricantes de ropa de talleres, supermercados, mayoristas y/o distribuidores de telas.

La importación de tejidos de punto no representa una fuerte amenaza en este sector debido que la diferenciación de producto y la existencia de series de producción cortas - por el efecto de los cambios de temporada y de la moda - actúan como barreras naturales. Sin perjuicio de ello –como en casi todo el resto de la cadena textil, las firmas se sienten vulnerables frente al ingreso del exterior de productos terminados (prendas de vestir). En cambio, en el abastecimiento de telas planas, sí se presenta una agresiva competencia del exterior, aunque, en general, los talleres confeccionistas no poseen la escala suficiente para importar.

Existe una alta valorización por parte de los fabricantes de indumentaria al hecho de tener una relación directa con sus proveedores.

El mercado de prendas está muy segmentado por lo que los volúmenes que los fabricantes de ropa individualmente manejan suelen ser bajos como para imponer ciertos patrones de diseño y calidad. De hecho, dado que muchos trabajan con escalas de producción muy pequeñas, deben comprar las telas a distribuidores, que revenden la mercadería fraccionándola a valores superan el valor de salida de fábrica.

El negocio se basa principalmente en el desarrollo de productos diferenciados y con valor agregado.

En general, las tejedurías son quienes se anticipan a la demanda ofreciendo su cartera de productos y colores cada temporada. No obstante ello, existen casos en donde hay desarrollo conjunto de productos –que incluso pueden hacerse en forma exclusiva o semi-exclusiva - que muchas veces implican un costo adicional o un determinado volumen mínimo de compra para el confeccionista.

Si bien los costos de cambiar de proveedor son relativamente bajos, las relaciones suelen ser estables y dependen de la capacidad de la tejeduría para responder a las exigencias de calidad y calidad y para competir con los precios internacionales.

H) Los canales de distribución: las firmas internacionales

En el sector se acentúa cada vez más aceleradamente una tendencia hacia la concentración de los puntos de venta de las grandes marcas de indumentaria.

El negocio central de los distribuidores internacionales no está especialmente identificado necesariamente con ningún interés nacional, ni siquiera con el del origen de su capital. A ninguna cadena en particular le interesa concentrar su producción en determinada región, salvo por las ventajas que esa región le ofrezca en materia de costos, condiciones de entrega, calidad, volúmenes u otros factores que dependen de cada producto en particular.

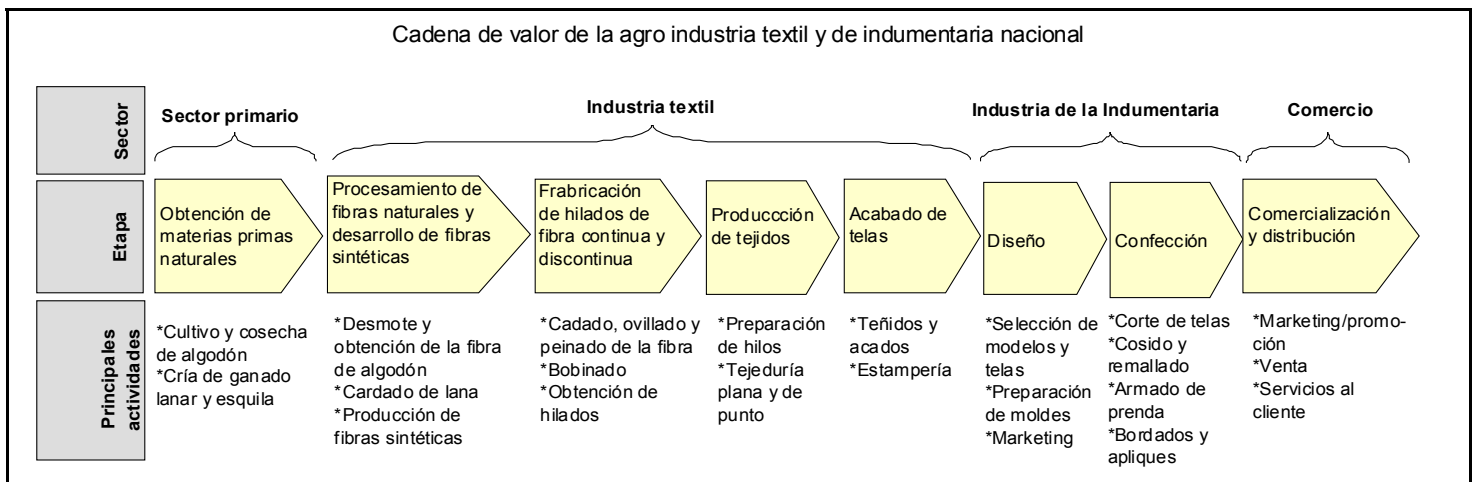
En consecuencia, en muchos casos el éxito en la competencia por el desarrollo de la industria depende de las ventajas y garantías que cada país pueda ofrecer para que su industria sea un proveedor conveniente y confiable, de modo que sus productos puedan acceder eficazmente a estos canales de distribución.

Por ejemplo, firmas como Levi's, Zara, Cacharel o Benetton se iniciaron como productores en sus países de origen, pero evolucionaron hasta convertirse en comercializadores internacionales de productos de los más diversos orígenes. Articulan globalmente la cadena de producción que los abastece. Se proveen de tejidos de un país que probablemente serán utilizados para confeccionar prendas en otro, que a su vez se comercializarán en un tercero.

Así, las exportaciones de los países no dependen hoy sólo de los bajos precios que se puedan ofrecer, sino de un conjunto de factores que también tienen que ver con el diseño, la calidad, la variedad, la diferenciación, las condiciones de entrega y otros relacionados con la conveniencia de las firmas internacionales.

Un factor descollante, entonces, para el crecimiento industrial de los diversos países que compiten hoy en el mercado textil y –especialmente- en el de indumentaria se vincula con las capacidades de los productores para competir por contratos de ventas de los productos locales con las firmas grandes distribuidoras.

Gráfico 18



5.- La Cooperación Empresaria en el Sector Indumentaria como medio para crear Ventajas Competitivas. El caso de la Provincia de Buenos Aires

La recuperación económica que se produce en Argentina en 2002, con la salida del régimen de convertibilidad y la instauración de un tipo de cambio competitivo, afectó favorablemente al sector indumentaria. Sin embargo el nivel de crecimiento sectorial se enfrentó con importantes resistencias originadas en los casi 30 años de desmantelamiento de la industria nacional (1975 - 2002).

En primer lugar, la principal debilidad de este sector intensivo en mano de obra ha sido la ausencia de recursos calificados tanto a nivel operario como de mandos medios con los cuales cubrir la demanda laboral de empresas y talleres. La desocupación, que en el año 2002 alcanzó un nivel record del 23,3%, significó la pérdida de numerosos oficios, de capacidades y el envejecimiento del capital humano sectorial.

Por otro lado los aumentos en la demanda fueron atendidos con elevados niveles de ineficacia productiva como cortes defectuosos, falta de equipamiento, ausencia de métodos adecuados de organización de la producción, escasa especialización, etc.

Todas estas debilidades sumadas a las necesidades de financiamiento adecuado para el crecimiento afectaron la productividad del sector y lo ubicaban en una posición de debilidad competitiva frente a los competidores externos (especialmente de países asiáticos), cuya amenaza avanzaba en la medida en que se recuperaran los precios relativos.

Una estrategia de salida a esta situación de debilidad competitiva que ganó terreno entre empresarios y talleristas de la provincia de Buenos Aires fue la de resolver estos escollos de manera asociativa. Con el estímulo y asistencia del Gobierno Provincial y Nacional y el acompañamiento de numerosas instituciones de apoyo a PyMEs se fueron conformando agrupaciones empresarias inspiradas en el modelo de Distritos Industriales italianos. Estos agrupamientos, que tienen la característica de estar concentrados geográficamente y de poseer características tecnológicas y productivas similares y complementarias; llevaron adelante una serie de actividades de cooperación orientadas a elevar de manera asociativa los estándares de calidad, la capacidad tecnológica e innovativa individual y grupal, la productividad, y la calificación de la mano de obra empleada, entre las principales actividades.

5.1.- Los Distritos Industriales

Las ventajas de los Distritos Industriales encuentran en la obra de Alfred Marshall uno de los primeros fundamentos teóricos. Marshall observaba en "Principles of economics" (1920) cómo estas aglomeraciones geográficas de empresas que operan en un mismo sector producen economías internas a las firmas y economías externas, es decir, ventajas que se generan por estar en un entorno virtuoso. En particular, Marshall observó tres factores productores de economías externas:

- En un distrito hay una gran cantidad de recursos humanos calificados.
- El mercado de insumos a nivel local genera un efecto positivo externo.
- Se producen *spillovers* o derrames de conocimiento, es decir, conocimiento en el aire que no lo apropia un individuo sino que es compartido.

Desde los primeros estudios de Marshall hasta la actualidad se han elaborado numerosas definiciones de distrito industrial, fundamentalmente en estudios provenientes de la geografía y las ciencias económicas. Algunas de estas definiciones separan a los distritos industriales de los clúster, mientras que otras tratan a ambos conceptos como sinónimos.

Por otro lado, también existen diferencias en torno a la posibilidad de inducir o no mediante el accionar público el asociativismo y la conformación de estos sistemas de interacción. Mientras que para Marshall la conformación de los agrupamientos se da de manera espontánea, otros teóricos, entre los que se ubica Hubert Schmitz, reconocen la existencia de elementos conscientemente buscados o planificados en el desarrollo de economías de aglomeración.

Para Schmitz, las ventajas competitivas derivan tanto de las economías externas locales marshallianas como de una fuerza deliberada en acción colectiva que él denomina eficacia colectiva, la cual es fruto de la cooperación consistente entre agentes privados y el apoyo del sector público.

5.2.- Los Distritos Productivos del Sector Indumentaria en la Provincia de Buenos Aires

En sintonía con la visión de Schmitz, los agrupamientos de la provincia de Buenos Aires se asentaron en la creencia de que es posible estimular la cooperación entre PyMEs. En tal sentido se conformó un entorno institucional mediante el cual se congregaron esfuerzos técnicos y financieros que

transferidos al sector dieron por resultado la organización y consolidación de diez Distritos Productivos de indumentaria de la Provincia de Buenos Aires de los cuales ocho han conformado asociaciones con las que los empresarios formalizaron las acciones de cooperación (Cuadro 14).

A estos distritos consolidados se suma dos nuevos que están en proceso de organización. El primero involucra a empresas de los partidos de General San Martín y Tres de Febrero que han adquirido la vieja fábrica textil San Andrés y montado en dicho predio un polo en el que se radicaron nueve empresas dedicadas a tintorería, producción de prendas, confección de bordados e indumentaria laboral, fabricación de hilados de fibra larga de uso manual e industrial, fabricación de telas punsonadas, almohadas y blanquería. Este "polo industrial" permite la interacción de empresas del mismo rubro y actúa como incubadora de futuras empresas. En él se están articulando acciones con actores internos y externos, centros de investigación y desarrollo, diseño, universidades, experiencias internacionales, entre otros para montar un Centro de Diseño e Innovación que provea servicios a las empresas.

El otro distrito se encuentra localizado en el partido de Luján, considerado el principal productor de tejido plano del país. El distrito está conformado por unas 100 empresas, la mayoría de las cuales se dedica a los textiles y un grupo de ellas a las confecciones, con una producción cercana a los 9 millones de metros cuadrados mensuales.

Algunas de las instituciones involucradas en la organización de estos Distritos fueron: el Ministerio de la Producción de la Provincia de Buenos Aires (Programa Distritos Productivos), el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación (Programa Más Y Mejor Empleo), Federación Argentina de la Industria de la Indumentaria y Afines, el Sindicato Obrero de la Industria del Vestido y Afines, Gobiernos Municipales, Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) Textiles, Agencias de Desarrollo locales, Programa Área (OIT), Centros de Formación Profesional, etc.

En ocho Distritos se montaron Centros de Servicios gracias a los aportes del gobierno provincial. A través de los mismos, las empresas, lograron acceder a tecnología que por su costo les era difícil comprar de manera individual. Los Centros de Servicios actúan por un lado como un espacio para el uso común de esta tecnología, y por el otro como un lugar de intercambio de las experiencias sobre las mejoras realizadas por cada empresa. En muchos casos, los centros también constituyen centros de capacitación de operarios y mandos medios. Casi todos los Centros cuentan con servicios de plotter de corte y estampado, software para moldería y tizada automática, etiquetadora y servicios profesionales. En algunos casos se ha ido complejizando la prestación de los servicios, como en el caso de Pergamino que cuenta además con un lavadero

industrial, un área de bordado y está por instalar además con apoyo del INTI un laboratorio textil.

El Centro de La Flores cuenta con un almacén de insumos a través del cual los talleristas y empresas redujeron los costos por compra conjunta y aumentaron la disponibilidad de estos recursos. Por su parte, en Junín, se montó dentro del centro un taller de terminado de prendas para habiendo adquirido para tal fin una plancha a vapor, una atracadora, una ojaladora a botón, una máquina de pegar broches, una cinturera de punto, una cinturera de plano, una cortacollareta y una máquina para colocar etiquetas colgantes. Con este taller se elevaron los niveles de eficacia, se redujeron costos y se aceleraron los tiempos de entrega del producto final.

La conformación de los Distritos Productivos también facilitó la implementación de Programas de Capacitación extra curriculares en oficios industriales. Estos fueron financiados con recursos provinciales (Programa Distritos Productivos) y nacionales (a través del Plan Integral de Promoción y Empleo del Ministerio de Trabajo Empleo y seguridad Social de la Nación). Asimismo, las actividades de capacitación permitieron fortalecer los lazos asociativos entre los empresarios e instituciones de apoyo. Los recursos estuvieron destinados a la compra de Máquinas instaladas en Centros de Formación Profesional o Escuelas Técnicas así como la co-financiaron de materiales, insumos y el pago de los honorarios docentes. También se ofreció capacitación a empresarios y mandos medios.

Según datos provistos por la Subsecretaría de Industria, Comercio y Minería del Ministerio de la Producción de la Provincia de Buenos Aires, la principal demanda atendida fue la de capacitación en costura industrial con cursos que iban de 3 a 4 meses de duración. En el área de producción también se efectuaron cursos de modelista, diseño y moldería industrial.

Algunos distritos realizaron cursos más específicos ajustados a la producción característica tecno productivas de cada localidad. En el caso de Pergamino se realizaron 16 cursos de formación en temáticas de lavadero industrial (teñido, cepillado y planchado) que tuvieron como beneficiarios a 96 personas. También se realizaron 2 cursos de formación en temáticas de bordado habiendo capacitado a 80 personas.

En Olavarría, se creó dentro del Centro de Servicios una escuela de capacitación de mano de obra especializada a través del cual se dictaron cursos en manejo de máquinas industriales, moldería y costos. Otro Distrito que montó una escuela de Capacitación es el de Tejido de Punto de Mar Del Plata el cual funciona dentro de la Cámara Textil. A través de la misma se ofreció capacitación en tejido manual, remallado, overlock, corte y moldería, terminación y fruncido. También se realizaron cursos de formación de formadores, en bolsillería y prácticas de cinturera y ametralladora. Chacabuco,

efectuó cursos adaptados a su producción local de operario en nivel inicial y avanzado de corsetería y lencería y cursos de moldería de ropa interior.

También en la mayoría de los distritos se realizaron cursos en áreas de gestión empresarial, comercialización y asociatividad.

Se calcula que más de 1500 personas fueron capacitadas desde 2004 a la fecha, con un nivel de inserción del 60% aproximadamente.

Por otro lado, las empresas agrupadas en Distritos Productivos también recibieron asistencia técnica orientada a implementar mejoras en la productividad mediante la incorporación de tecnologías blandas, aplicación y certificación de normas de calidad, mejoras en diseño de productos y procesos, etc. Estos mediante la articulación con otro programa del Ministerio de la Producción (Programa Experiencia Pyme, Programa Badiseño) o con otros organismos del Estado Nacional como el Instituto Nacional de Tecnología Industrial.

Finamente, en materia de comercialización, la pertenencia a un Distrito les permitió a las empresas reducir los costos de transacción asociados a la compra de insumos y a la venta de productos y servicios. Se han registrado varias experiencias de pools de compras y almacenes locales de insumos; participación conjunta en rondas de negocios, misiones comerciales, exposiciones y eventos; acciones de posicionamiento conjunto de marcas con identidad local, entre las principales actividades. .

CUADRO 14. Distritos Productivos de Indumentaria de la Provincia de Buenos Aires

DISTRITO PRODUCTIVO	CARACTERÍSTICAS	EMPRESAS AGRUPADAS	PERSONAS EMPLEADAS	POSEE ASOCIACIÓN SECTORIAL	PRINCIPALES ACCIONES ASOCIATIVAS
Confeccionista Pergamino	Especializado en tejido plano (más de 1 millón de pantalones de Jean por mes), principalmente bajo la modalidad de "marcas propias", algunas muy importantes.	650	8000	SI	Misión comercial a México y China
					Asistencia a ferias (EMITES / SHOWMAQ)
					Posee Centro de Servicios,
					Capacitación a operarios y gestión empresarial
					Laboratorio textil.
Confeccionista de Arrecifes	Esta integrado por un conjunto de empresas pequeñas, principalmente proveedoras de servicios de confección para grandes marcas (façon).	23	712	SI	Capacitación a operarios y gestión empresarial
Confeccionista de Olavarría	Pequeñas empresas locales que producen con marca propia	40	450	SI	Centro de Servicios
					Capacitación a operarios
Confeccionista de Mar del Plata	Conformado por talleres y empresas con marca propia	77	551	SI	Centro de servicios
					Capacitación a operarios y gestión empresarial
					Asistencia técnica a empresas en mejora de productividad
Confeccionista de Coronel Suárez	Pequeñas empresas locales que producen a façon	13	120	NO	Centro de Servicios
					Fondo de máquinas
					Capacitación a operarios.

CUADRO 14. Distritos Productivos de Indumentaria de la Provincia de Buenos Aires (Cont.)

DISTRITO PRODUCTIVO	CARACTERÍSTICAS	EMPRESAS AGRUPADAS	PERSONAS EMPLEADAS	POSEE ASOCIACIÓN SECTORIAL	PRINCIPALES ACCIONES ASOCIATIVAS
Tejido de Punto de Mar del Plata	Pequeñas y medianas empresas con marcas reconocidas posicionadas en el mercado del tejido de punto.	120	3500	SI	Centro de Capacitación.
					Misión comercial a Chile
Confeccionista de Junín	Empresas que fabrican a facon y algunas con marca propia	70	1100	SI	Fondo de repuestos y máquinas
					Capacitación a operarios
					Centro de servicios.
Corsetería y Lencería de Chacabuco	Especializado en corsetería y lencería	200	2500	SI	Capacitación a operarios
Confeccionista de Bragado	Se especializan en tejido de punto. Trabajan a facon para 2 importantes marcas de Bragado así como para otras firmas de Capital Federal	375	3500	SI	Capacitación a operarios
Confeccionista de Las Flores	El Distrito se destaca principalmente en tejidos de punto.	24	693	SI	Centro de Servicios
					Capacitación a operarios
					Proveeduría de insumos

Fuente: INET en base a información del Programa Distritos Productivos.

5.3.- El Distrito Confeccionista de Mar del Plata

La actividad confeccionista empieza a consolidarse en Mar Del Plata a fines de la década del 70 con el establecimiento de fábricas que empleaban a más de 50 personas productoras de camperas y ropa de abrigo de origen local como Alpine Skate, Lakar y JB. En los años 80 se crea La Pianola (ex J.B.) la cual opera a partir de 1992 con la marca Osh Kosh de origen americano y llega a tener más de 200 ocupados en planta, constituyéndose en la empresa de mayor tamaño del sector en la ciudad de Mar Del Plata.

En los años 90 numerosos establecimientos (como La Pianola) cierran sus puertas e indemnizan a sus empleados con máquinas, muchos de los cuales comienzan a trabajar por cuenta propia o como fasones. Otros, por el contrario, lograron sobrellevar la crisis, deslocalizando producción de partes o productos terminados, en general en China, y aprovechando los beneficios de marcas posicionadas – o en vías de serlo – en el mercado interno. Por su parte, en los 90 surgen un importante número de pequeñas y medianas firmas de origen local, muchas de las cuales fabrican con marca y diseño propio.³¹

A partir del 2002 se produce un crecimiento en el número de empresas registradas de confección de prendas de vestir, pasando de 94 establecimientos en 1994 a 120 en 2005 (Censo Nacional Económico; 2005). Muchos de estos establecimientos trabajan con marca propia y descentralizan parte de su producción en talleres de la zona. Se estima que existen cerca de 400 talleres de reducido tamaño que emplean en promedio a 5 personas y que abastecen dentro de los límites de la ciudad (Gennero, et al. 2008).

Siguiendo a los mismos autores, la ausencia de licencias extranjeras que operen en Mar Del Plata ha impedido que las firmas incorporen capacidades y conocimientos tecnológicos de mayor calidad disponibles en los mercados globales. La disponibilidad de estas competencias les permitiría complementar sus actividades productivas y generar sus propios conocimientos para identificar y acceder a las opciones tecnológicas disponibles en el mundo. De esta manera, en un escenario de recuperación y crecimiento de la economía como el ocurrido a partir de 2002, las empresas tuvieron serias dificultades para posicionarse en mercados de altos ingresos. Sólo el 18% de las empresas de Mar Del Plata venden en dicho segmento.

Por su parte, la forma predominante de organización industrial de este sector en Mar Del Plata, caracterizada por la presencia de pequeñas

³¹ Gennero, A.; Liseras, N.; Graña, F. y Calá, D. (2008) "Conductas innovativas de las firmas en aglomeraciones productivas del sector textil-confecciones". XIII Reunión Anual de la Red Pymes MERCOSUR, Universidad Nacional de General San Martín.

empresas con diseño y marca propia que subcontratan a pequeños talleres, también afectó el umbral de conocimientos que demanda el actual escenario competitivo. Particularmente por la escasa experiencia desarrollada sobre el trabajo en fábrica y el escaso conocimiento sobre el funcionamiento integral de una empresa de confección.

Como ya se mencionó, a esto debe sumarse las ineficacias en los talleres, asentadas fundamentalmente en la ausencia de técnicos, operarios calificados y los problemas de gerenciamiento presentes en las empresas.

Las empresas, impulsadas por el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación (Plan Más y Mejor Trabajo), el Ministerio de la Producción de la Provincia de Buenos Aires (Programa Distritos Productivos), la Municipalidad de Gral. Pueyrredón y la Organización Internacional del Trabajo (Programa Área),³² empezaron a tomar conciencia acerca de la necesidad de aumentar las competencias individuales y grupales mediante la adopción de un modelo de desarrollo asociativo. Esto dio paso a una serie de acciones estratégicas consensuadas tendientes a mejorar la competitividad del sector confeccionista.

La primera acción que aglomeró la cooperación entre empresarios e instituciones públicas de apoyo fue la capacitación de operarios en distintos oficios del proceso productivo. Como resultado, se logró capacitar entre 2005 y 2007 unos 424 operarios en diversos cursos:

- Supervisor de producción (70 personas)
- Seminario Moda y tendencia (40 personas)
- Motivación de personal (24 personas)
- Costos (21 personas)
- Normas tributarias (10 personas)
- Jornada de Tendencias – INTI (70 personas)
- Costos para un taller de indumentaria (18 personas)
- Ventas (60 personas)
- Armado y Desarrollo de Colecciones (23 personas)
- Calidad en la Producción de Indumentaria (50 personas)
- Planeamiento de colecciones de Indumentaria (25 personas)

También se realizaron dos cursos de costura industrial (210 costureras recibidas) y un curso de moldería (30 molderistas recibidas). Asimismo, se

³² Programa Integrado de Apoyo para la Reactivación del Empleo en la Argentina (AREA) (Componente DEL) de la Organización Internacional del Trabajo en la Región Mar Del Plata. Es ejecutado por OIT y financiado por la Cooperación Técnica Italiana.

capacitaron 11 docentes de las escuelas municipales de Formación Profesional en cursos de formación de formadores.

Con el desarrollo de las primeras actividades de capacitación se logró generar confianza entre los empresarios quienes decidieron en 2005 formalizar los lazos de cooperación creando la "Asociación de Confeccionistas de Indumentaria y Afines de Mar Del Plata – A.C.I.A Mdp". Es a través de esta institución que comenzaron a expresar las demandas y a ejecutar una serie de acciones estratégicas. Actualmente, A.C.I.A. cuenta con más de 80 socios y ya realizó su tercera renovación de autoridades.

Con la creación de A.C.I.A. se definieron los siguientes objetivos específicos:

- Constituirse en referente tecnológico a nivel regional para el ámbito sectorial.
- Fomentar y difundir la incorporación de nuevas tecnologías que permitan mejorar la eficiencia del proceso productivo y la incorporación de valor a los productos.
- Brindar servicios en forma eficiente, eficaz y con calidad.
- Contribuir a que las empresas productoras ofrezcan productos en el mercado que satisfagan las necesidades del consumidor.
- Fomentar la incorporación de personal dentro de la economía formal para mejorar la calidad de vida y evitar abusos.
- Establecer una estrecha vinculación con organizaciones relacionadas con el sector textil, tanto estatales, gremiales, empresarias, profesionales, de formación y tecnológicas a fin de favorecer la sinergia en la realización de actividades conjuntas.

Entre las principales acciones desarrolladas se encuentran:

1. Centro de Servicios Tecnológicos. Dos profesionales de la Asociación ofrecen asistencia en diseño industrial e ingeniería industrial. A su vez, gracias a equipamiento cedido por el Ministerio de la Producción (tizadora, etiquetadora), se prestan servicios de desarrollo, captura digital de moldería, impresión de moldes y diseño e impresión de etiquetas de fasco y de código de barras.

Por otro lado, se ofrece asistencia técnica "in company", orientada al área de producción desde el diseño del producto hasta la expedición del producto terminado. Las temáticas abordadas son:

- Actualización y modernización tecnológica (Utilización de software para la gestión de la producción, software de tizadas automáticas, máquinas electrónicas, etc.).

- Mejora del Layout: Optimización en la distribución de los puestos de trabajo y los diferentes sectores.
- Mejora de procesos productivos: Diseño, Desarrollo de producto, Moldería, Corte, Confección, Embolsado, Etiquetado, etc.
- Reducción de los tiempos de producción.
- Implementación de controles de calidad del producto terminado y en proceso que reduzcan al mínimo el nivel de reproceso y de prendas de segunda.
- Administración de los recursos humanos
- Seguridad, Higiene y Ergonomía de los puestos para lograr una mayor productividad de los operarios.
- Logística (Recepción, control y depósito de insumos y depósito y expedición de productos terminados)

2. Cursos y capacitación. En la actualidad la Asociación se encuentra dictando cursos en: manejo del Sistema Audaces (software de moldería y tizadas automáticas), costura para diseñadores, control y calidad, métodos y tiempos aplicados a la sección corte, planeamiento y control de la producción y técnicas de venta en locales de indumentaria.

El modelo asociativo incorporado y llevado a la práctica por el sector confeccionista de Mar Del Plata no sólo facilitó la ejecución de los instrumentos públicos de apoyo al sector. Constituye el medio a través del cual las empresas comienzan a generar una base de conocimiento más sólida que les permite acceder a nuevas formas de organización industrial, técnicas modernas de gestión estratégica del negocio y un ámbito de interacción con otros agentes del sistema productivo, como Universidades, Centros de Desarrollo o Institutos Tecnológicos.

Asimismo, el estar asociados les permitió a las empresas tomar posición y participar en el debate de temas incorporados a la agenda sectorial, como por ejemplo la participación en la discusión sobre la Ley de Talles.

6.- Mapa ocupacional

6.1.- Convenios colectivos de trabajo.

En los distintos sectores de la economía argentina se desarrollan procesos de determinación colectiva de salarios y de regulación colectiva de condiciones de trabajo a través de la negociación entre empleadores y trabajadores.

A partir del 2003, luego de la profunda crisis por la que atravesó el país, el Gobierno reemplazó parcialmente la función de los actores sociales al disponer aumentos generales de salario por la vía de decretos.

En estos últimos tres años, los sindicatos y las empresas o las cámaras empresarias se reunieron puntualmente, al menos una vez por año, para negociar salarios, para determinar como se distribuye el valor agregado de las compañías, y también para regular otras condiciones como la jornada de trabajo, las relaciones laborales, la capacitación a los trabajadores.

CONVENIO COLECTIVO DE TRABAJO 433/2005 (M.T.E. Y S.S.) - (B.O. 08/02/2006) TEXTIL - CONVENIO COLECTIVO DE TRABAJO CELEBRADO ENTRE LA UNIÓN CORTADORES DE LA INDUMENTARIA, (U.C.I), POR LA PARTE SINDICAL Y LA FEDERACIÓN ARGENTINA DE LA INDUSTRIA DE LA INDUMENTARIA Y AFINES (F.A.I.I.A.), POR LA PARTE EMPRESARIAL - HOMOLOGACIÓN.

Este convenio, renueva parcialmente el CCT N° 166/1991 y es ratificado por la Federación Obrera Nacional de la Industria de la Indumentaria y Afines. Se homologa y eleva para la determinación del importe promedio de las remuneraciones mensuales y el tope indemnizatorio que corresponda. Nuclea a los trabajadores de Corte de la Industria de la Confección de Indumentaria y Afines, unas 5.000 personas.

De acuerdo a la Subsecretaría de Programación Técnica y Estudios Laborales, Dirección General de Estudios y Formulación de Políticas de Empleo, en 2008 se homologaron 88 acuerdos y convenios, 63 de empresa y 25 de actividad, que de manera simultánea incorporaron cláusulas de salarios, de condiciones de trabajo, de relaciones laborales, de higiene y seguridad en el sector de la confección de indumentaria. Algunos de los actores que participaron de estas negociaciones fueron la Federación Obrera Nacional de la Industria del Vestido y Afines (FONIVA) con la Federación Argentina de la Industria de la Indumentaria y Afines (FAIIA).

Otros acuerdos y convenios con el sector de Indumentaria y textil.

Capacitación en el marco de Acuerdos Sectoriales:

- Capacitación de operarios: Proyectos Más y Mejor Trabajo, Acuerdos Sectoriales: Sectores Naval, Indumentaria, Pesca, Mecánica, Textil, Construcción, Madera-Mueble.
- Capacitación de mandos medios Sector Indumentaria: Supervisor de producción (FAIIA), Moda y tendencia (UNMdP), Motivación de personal (Fundación Centro de Desarrollo Empresarial), Costos (FAIIA), Normas tributarias (ACIAMdp), Jornada de Tendencias. Sentidos ambivalentes. (INTI, ACIAMdp).
- Apoyo a los Sectores Productivos: Ferias y misiones comerciales; Indumentaria – textil: Mar del Plata Moda; Armado de Proyecto con el Eurocentro para misión comercial Informática: de UE a Mar del Plata.
- Misión comercial procedente de Tianjin (China): acompañamiento a los empresarios del sector informático en las rondas de negocios; Apoyo a la creación de Fondos para Créditos a Pymes; Fondo para el fortalecimiento del Sector Indumentaria aplicable a la compra de máquinas e insumos.
- Información para empresas e instituciones; Envío a demanda de información útil para empresas e instituciones: subsidios vigentes, capacitaciones, créditos, rondas de negocios, ferias, etc.

6.2.- Demanda de calificaciones laborales requeridas por el sector. Perfiles.

La indumentaria argentina conforma un complejo industrial y comercial de gran impacto para la economía de nuestro país y de trascendencia para todos los eslabones de la cadena de valor sectorial.

La destrucción de pequeñas y medianas empresas en los años 90, la crisis económica del 2001, el estancamiento en el crecimiento de la industria 2001-2003, la desocupación, el trabajo no declarado; desvalorizó los saberes de los trabajadores, impidió que estas competencias se utilizaran e interrumpió la cadena de transmisión de conocimientos de generación en generación. Se podría decir que se produjo una desvalorización social del oficio.

También se perdió la enseñanza del oficio. El inevitable avance tecnológico, que obliga a una actualización permanente, y la reorganización de la educación formal, que relegó a un segundo plano la vinculación con el sector productivo, son otros de los factores que contribuyeron a crear una brecha entre las demandas laborales y las competencias de la población trabajadora.

Esta situación se ha visto influida por el período crítico por el que pasó la educación técnica en la Argentina durante la década del 90. Las Escuelas

Técnicas de Oficios tienen su historia en Buenos Aires. En 1983 desaparecieron de la estructura educativa provincial. La reforma de la década del '90, virtualmente desmanteló la formación técnica. Con el establecimiento de la Educación General Básica (9 años) y el Polimodal ya no quedaron chances para el aprendizaje de los oficios.

El quiebre y cierre de fábricas en los años 90 y el cierre de las escuelas técnicas arrasó con una generación.

La escasez de personal en determinados sectores perjudica el crecimiento de la industria y afecta, principalmente, a las PyMEs y microempresas, pues tienen menos posibilidades de invertir en la formación de su gente, disminuye la productividad, se alteran los tiempos, porque la empresa debe dedicarse a buscar personal, y se pierde mercado porque no se puede cumplir con las demandas.

En la esfera del diseño de objetos e indumentaria, por ejemplo, faltan ebanistas, costureras, confeccionistas, overloquistas, modelistas y operarios de varias máquinas utilizadas en la confección.

Desde el año 2003 surgió la necesidad de recuperar mano de obra. No fue fácil, porque aquella gente que conocía estos trabajos ya se había dedicado a otra actividad y las nuevas generaciones no estaban formadas como para incorporarse al mercado. Por eso, hoy es necesario revalorizar los oficios y fomentarlos a través de escuelas de formación, pasantías pagas en las empresas, becas y talleres de capacitación. Aún falta personal calificado para realizar tareas en determinadas industrias. La principal causa de este desabastecimiento es que el oficio se aprendía y se aprende en las fábricas. Los aprendices entran en un primer empleo y el personal de más experiencia les va enseñando este difícil y variado oficio.

En el sector textil la reactivación de los últimos años choca con un déficit en su capacidad de producción. El problema no son sólo las máquinas insuficientes u obsoletas, sino que muchos técnicos e ingenieros dejaron la actividad para volcarse a otros rubros más rentables o seguros, como la gastronomía y el comercio.

La industria textil y de la indumentaria sigue la lógica de muchas otras en el momento actual: en los momentos de crisis destruyó empleo y en la recuperación actual, no encuentra personal capacitado para cubrir su demanda.

La escasez abarca tanto puestos operativos como profesionales: desde costureras hasta diseñadores, pasando por overlockistas, modelistas o ingenieros para control de calidad.

Según datos de la Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria (CIAI), el sector empleaba más de 184.000 personas en 1998, y bajó hasta 146.000 en 2002; desde entonces, viene en recuperación.

Si además se considera la producción de materias primas, prendas y comercio, en 1997 existían 830.000 empleos y ahora 460.000; por eso, señala la CIAI, se pueden crear otros 450.000 puestos de trabajo en dos años.

Actualmente la cantidad de ocupados en la industria de indumentaria rondan los 106.300.

6.3.- Demanda laboral insatisfecha.

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) lleva adelante un relevamiento referido a la Demanda Laboral Insatisfecha. Las mismas se iniciaron en octubre de 2004 con un informe puntual sobre las dificultades en la captación de mano de obra capacitada en la industria y continuaron, de forma sistemática, con una encuesta trimestral desde 2005 hasta 2008.

La información incluida se obtiene mediante un anexo a la encuesta del Índice de Salarios. La muestra de empresas utilizada es la empleada en la encuesta del Índice de Salarios, su cobertura es nacional y proviene de un diseño muestral estratificado de 2.200 empresas.

Se define la demanda laboral insatisfecha como la ausencia de oferta idónea de trabajadores para responder a un requerimiento específico por parte de las empresas, organismos públicos, o cualquier otra organización que actúe como demandante de sus servicios; expresada mediante avisos en los diarios o internet, carteles en la vía pública, búsquedas de boca en boca, etc.

El informe sobre las dificultades en la captación de mano de obra capacitada en la industria de octubre de 2004 se realizó en base a consultas a firmas industriales y cámaras empresarias acerca de la existencia de dificultades para encontrar en el mercado laboral personal con el grado de capacitación requerido para cubrir los nuevos puestos.

Dentro del conjunto de sectores industriales, las principales dificultades para encontrar en el mercado laboral personal con el grado de capacitación requerido fueron detectadas en el bloque de productos textiles, en el bloque de productos de caucho y plástico y en el bloque que comprende la industria metalmecánica excluidas las terminales automotrices.

De acuerdo a dicho documento, el bloque textil en su conjunto, ante el mayor nivel de actividad y el progresivo aumento de la utilización de la capacidad instalada, ha realizado una búsqueda extensiva de personal calificado.

Según firmas consultadas por el INDEC en la fecha señalada, existían inconvenientes para encontrar determinados puestos específicos, entre los que se destacan: costureras industriales, mecánicos de maquinaria y formador de formadores. También han advertido cierta dificultad en hallar

personal especializado en corte y diseño asistido por computadora. Asimismo, no se encuentran fácilmente supervisores y técnicos en electromecánica y electrónica especializados en la industria textil.

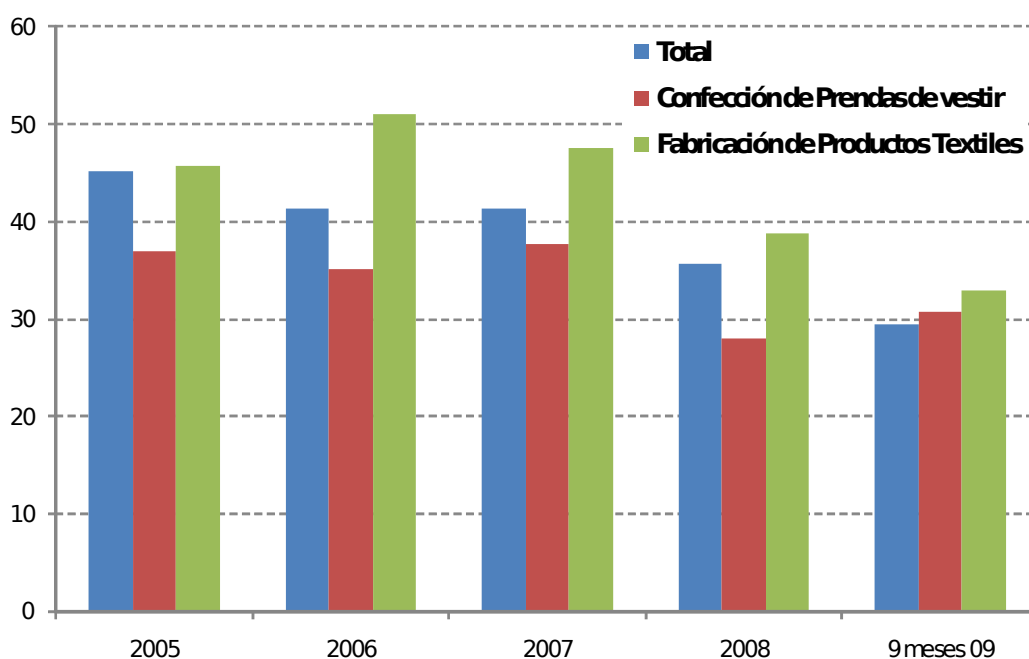
Las fuentes consultadas señalaron que la escasez de oferta laboral y la falta de capacitación eran las principales causas de dichos inconvenientes y que el poco personal calificado existente estaba con trabajo.

A partir del primer trimestre de 2005, y en forma sistemática con una periodicidad trimestral, se viene realizando la encuesta sobre Demanda Laboral Insatisfecha.

En el período comprendido entre el primer trimestre de 2005 y el tercer trimestre de 2009, las empresas encuestadas del sector de fabricación de productos textiles mostraron búsquedas de personal superiores a las del sector de confección de prendas de vestir. El primero por encima del promedio de la industria y el segundo sector por debajo de dicho promedio (Gráfico 19).

En todos los casos, los años de mayor búsqueda fueron 2005, 2006 y 2007. 2008 fue el más bajo y durante los primeros nueve meses de 2009 se observa un leve repunte en confecciones, mientras que tanto el promedio como el sector textil muestran la misma tendencia a la reducción en la búsqueda de personal.

Gráfico 19. Porcentaje de empresas que realizó búsqueda de personal



Fuente: INET en base a INDEC.

En cuanto a la cobertura de necesidades, los mayores problemas se registraron en el sector textil, también por encima del promedio de la industria. En principio este hecho resulta paradójico, ya que el segmento de la cadena de valor más intensivo en trabajo (confecciones) no sólo registra menor porcentaje de búsqueda, sino también un nivel de satisfacción mayor que el segmento intensivo en capital (textil).

Sin embargo, existe una explicación. El grado de informalidad del sector de bienes finales también se traslada al sistema de búsqueda, por lo cual su demanda laboral no es completamente registrada por este indicador, que se adecua mejor a los sectores más formales de la economía.

En cuanto al tipo de puestos requeridos, la escasa información del sector de confecciones y la más completa referida al segmento textil van en la misma dirección: la demanda laboral se oriente fundamentalmente a operarios que puedan realizar tareas múltiples con asignación en el sector de la producción de las empresas.

Finalmente, el Cuadro 15 muestra la estructura del empleo en años relevantes del sector de la confección desde el punto de vista de la relación social.

Cuadro 15. Empleo en el Sector de la Confección

Estructura del empleo de la Industria de la Confección -1993-2002-2005

	1993		2002		2005		Variaciones	
Relación social	personas	%	personas	%	personas	%	2005-2002	2005-1993
Trabajadores Asalariados	15.953	11,5	8.101	12,5	17.297	15,1	113,5%	8,4%
Obreros Asalariados	41.527	30,0	17.055	26,3	22.864	19,9	34,1%	41,9%
Trabajadores a Domicilio	36.567	26,4	16.952	26,1	29.114	25,4	71,1%	29,4%
Obreros Supernumerarios	44.292	32,0	22.731	35,1	45.465	39,6	100,0%	2,6%
Total Rama	138.338	100	64.838	100	114.740	100	77,0%	17,1%

Fuente: INET en base a INET en base a INDEC.

7.- Consideraciones finales

Las características estructurales de la fabricación de prendas de vestir señaladas en el informe se pueden resumir en:

- Intensivo en mano de obra.
- Reducida inversión por ocupado. Bajas barreras de entrada.
- Costo de mano de obra: principal factor de competitividad.
- Eslabón más débil de la cadena de valor. Bajo poder de negociación.

Estas características determinan en sí mismas el perfil de empresas chicas y talleres que comprenden el sector y su grado de fragilidad respecto de los otros eslabones de la cadena de valor y en cuanto a su respuesta ante los cambios coyunturales de la economía.

En la misma dirección, la importación de productos finales de países con abundante mano de obra barata y condiciones capitalistas de producción endeble a precios con lo que es imposible competir, no sólo en nuestro país, agregan un factor de debilidad extremo para el sector.

El entorno en el cual se realiza la producción de los bienes finales de la cadena de valor se completa con los cambios en su funcionamiento desarrollados durante los años '90 y profundizados tras la devaluación de 2002. Estos se pueden sintetizar en:

1. La tendencia a la desverticalización de la producción.
2. Estrategia de especialización: abandono de la tarea de confeccionar, derivada a pequeños talleres.
3. Mayor rentabilidad en corte, diseño, marketing y comercialización. Reducción de la inversión en los últimos años.
4. Fuerte concentración en empresas de mayor tamaño. Menor rentabilidad en empresas chicas que está generando un proceso de mayor informalidad.
5. Costo de producción: aproximadamente 10% del valor de venta al público.³³

La suma de estos aspectos compone una situación extremadamente complicada para el sector productor de indumentaria en nuestro país que, sin embargo, no es exclusiva, ya que se repite, en mayor o menor medida,

³³ De acuerdo a un estudio del INTI, el costo de mano de obra en taller en la fabricación de un Jean alcanza al 3% del valor de venta al público. En talleres informales ese valor sería la mitad debido a que no se pagan cargas sociales y el salario es inferior al del Convenio Colectivo de Trabajo.

en el resto de los países sin ventajas en cuanto a la mano de obra y sin ser líderes mundiales en cuanto a marcas, diseño, innovación, etc.

En este contexto, la mayoría de los países con producción local tienen políticas específicas de protección e incentivo para el sector que abarcan desde medidas restrictivas en cuanto a las importaciones (barreras arancelarias y para arancelarias) hasta aporte de capital de trabajo, asistencia técnica, financiamiento de bienes de capital y capacitación como así también campañas de promoción (compre nacional) y estímulos diversos.

La razón que impulsa estas políticas es la fuerte absorción de empleo en la actividad, el valor agregado generado y el ser un componente significativo dentro de la canasta de consumo de la población.

La fragilidad del sector fabricante de prendas de vestir saltó a la luz nuevamente con la crisis económica mundial. En efecto, durante 2008 y 2009 tanto la producción como el empleo han mermado en esta actividad, incluso en mayor grado que el resto del sector industrial, disminuyendo su participación al nivel más bajo desde la devaluación del Peso en 2002.

Las razones coyunturales que explican este desempeño tienen que ver con la disminución de consumo interno y la mayor participación de las importaciones en las ventas en el mercado local, pese a las restricciones a las importaciones (Valores Criterio y Licencias No Automáticas) que atenuaron la suba.

En efecto, las marcas han incrementado la participación de las importaciones en sus ventas en razón que generan mayor rentabilidad, siendo los precios de China muy inferiores a los alcanzados por la producción local.

Fue destacado en el informe que la evolución de la producción local depende de su costo relativo respecto de China, del poder de compra del mercado interno y de las restricciones a las importaciones. Los dos primeros factores jugaron en contra de la producción nacional.

Finalmente, la composición de la coyuntura requiere indagar sobre la evolución de la productividad y el costo laboral. Si bien la productividad (tanto por ocupado como por hora trabajada) muestra una tendencia creciente en los últimos años, no alcanzó a equiparar el ascenso del costo laboral. En efecto, mientras la productividad por ocupado y por hora trabajada crecieron entre 2002 y 2009 un 43 y 22% respectivamente, el costo laboral lo hizo un 105%. Paulatinamente el sector fue perdiendo competitividad con aceleración en 2009.

La recuperación del salario explica en mayor medida el crecimiento de los costos. Sin embargo, las remuneraciones por convenio apenas cubren la canasta mínima de consumo. Un Empleado A en Producción por convenio SETIA percibe \$ 1627 mensuales considerando el salario básico más sumas

remunerativas y no remunerativas. En UCI un Cortador a mano o de máquina alcanza a \$ 1620 en total (salario básico más componente remunerativo).³⁴

En efecto, a partir de las características estructurales de la cadena de valor y la competencia externa, la actividad se ha mantenido sobre la base bajos salarios. Esta condición trae como consecuencia una reducida oferta de mano de obra local acompañada de baja calificación y productividad. Generalmente se asocia con la escasa "cultura de trabajo" y el desarraigo de la actividad en la población.

Sin embargo, en una economía de mercado, los bajos salarios, la informalidad en la contratación y el trabajo intensivo que identifican a la industria de la confección se convierten en desincentivos para ingresar en la actividad.

En este contexto, la introducción de mano de obra barata de países pobres de la región (Bolivia en este caso)³⁵ se ha convertida en la alternativa más viable para las empresas y marcas que trabajan con talleres, reduciendo las remuneraciones promedio del sector y desplazando la mano de obra local. Los operarios bolivianos demuestran mayor productividad y "disposición" al trabajo, es decir pueden ser "contratados" por salarios más bajos, en condiciones de total precariedad laboral y con mejores resultados desde el punto de vista productivo.

En la actual coyuntura se ha profundizado la escasa disponibilidad de trabajadores por la reciente tendencia a la salida de obreros extranjeros hacia Brasil y Bolivia y por mejores condiciones de trabajo en otras actividades industriales y de servicios. El tipo de cambio relativo y la mayor actividad industrial en su país de origen y en Brasil reducen los estímulos al ingreso de trabajadores de Bolivia como así también las remuneraciones más altas en otras actividades desincentiva el ingreso de operarios locales a la industria de la indumentaria.

La mejora en las condiciones laborales es una condición necesaria para el desarrollo del sector. Sin embargo, estos cambios no se pueden dar en forma aislada. El incremento de la producción y el empleo dependen de cambios estructurales.

La principal restricción al crecimiento del sector es la insuficiente suba de la productividad fruto de los aspectos estructurales señalados anteriormente.

La política pública tanto general como específica para el sector es la llave del cambio. Finalmente se señalan algunos aspectos vinculados a una mejora en la productividad del sector:

³⁴ Las remuneraciones en la producción informal son muy inferiores. Pueden registrar salarios del orden del 50% de los correspondientes a convenios colectivos de trabajo.

³⁵ En la actividad de la construcción se observa un fenómeno similar pero con obreros provenientes de Paraguay.

- i. Capacitación de mano de obra. Existe bajo nivel de coordinación y estandarización en los planes de capacitación a operarios y empresarios. Se requiere una política masiva y coordinada a nivel nacional.
- ii. Tecnificación. Si bien es una actividad intensiva en mano de obra, la productividad también depende de la utilización de máquinas eficientes.
- iii. Calidad de la producción. La implementación de sistemas de calidad total mejoran el valor unitario de la producción.
- iv. Profundización de la producción intensiva en moda, diseño e innovación.
- v. Creación de marcas alternativas por parte de los talleres que apunten a mercados diferenciados y a nivel regional.
- vi. Integración vertical entre empresas y talleres de menor tamaño. El compromiso productivo entre etapas del proceso genera mejoras en productividad y calidad. La mayor rentabilidad de los talleres requiere ampliar las etapas de proceso productivo interno.
- vii. Cambio en el set de producción. Ampliar la tendencia hacia la especialización en los segmentos con mayor Valor Agregado.
- viii. Reducción del costo de las materias primas e insumos para mejorar la ecuación de costos en la última etapa de la cadena de valor.
- ix. Restricción de importaciones. Menos volumen a mayor precio. Selectividad de la oferta importada de acuerdo a las ventajas competitivas de la producción local.
- x. Política crediticia acorde a las condiciones del sector.