



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas



Escuela de Estudios de Posgrado

Maestría en Administración – MBA

Sexta Promoción 2006 - 2007

Trabajo de Tesis

**“Tercerización en la Industria de la
Indumentaria en Argentina”**

Autora: Cra. Silvana Adriana Lozano

Tutora: Dra. Patricia Bonatti

Buenos Aires, Septiembre 2009

Buenos Aires, 11 de Setiembre de 2009

Al Señor Director General
Maestría de la Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de Buenos Aires
Dr. Jorge Enrique Stern
S/D

Ref.: Nota Tesis Cra. Silvina Adriana Lozano- Tutora: Dra. Patricia Bonatti

De mi mayor consideración:

Motiva la presente la necesidad de efectuar algunos comentarios de la tesis finalizada por la alumna en la Maestría Cra. Silvina Adriana Lozano sobre el tema: “Tercerización en la Industria de la Indumentaria en Argentina”.

La Contadora Silvina Lozano ha demostrado una dedicación significativa y una vocación relevante en el desarrollo de su tesis de Maestría.

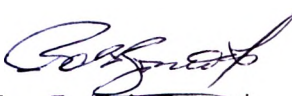
En los inicios de la investigación eran pocas las fuentes, bibliografía, trabajos, etc. donde recurrir, ya que es un tema por demás inédito y no investigado. Fue así que comenzó con la indagación en la historia para trazar una evolución de la industria. Poco a poco la investigación fue tomando forma, y comenzó con las entrevistas a los talleres quienes además de proporcionar información válida e inédita marcaron en algunos casos distintos rumbos a seguir.

Complementó la investigación con un estudio de la legislación argentina, con los vacíos existentes y relacionando estos conceptos con la problemática existente con las marcas, los consumidores, y la responsabilidad social empresaria.

Este esfuerzo se ve consolidado en las conclusiones y recomendaciones que constituyen un verdadero aporte a la disciplina en general y al tema en particular.

El esfuerzo realizado en un tema tan poco abordado, y la responsabilidad demostrada en su trabajo tienen un mérito digno de destacar.

Sin otro particular, saluda muy atte.


Dra. Patricia Bonatti
Tutora



Dedicatoria

A mis padres, Carmen Grosso y Antonio J. Lozano, por haber formado la persona que soy:

A mi hermano Diego A. Lozano, por su apoyo incondicional;

A mi abuela María Elena Martí, por el amor que me brinda día a día:

A mi abuelo Francisco Lozano, que aunque ya no está, sigue siempre presente en mis pensamientos.



Agradecimientos

A mi tutora, la Dra. Patricia Bonatti, por su constante dedicación a mi trabajo de tesis.

A Carola Cardillo (Diseñadora de Modas), por su asesoramiento y contactos.

A Accenture Service Center S.R.L., por la flexibilidad y el contacto con el taller Mediapila.

A todas las personas entrevistadas, quienes han contribuido a brindar información valiosa para poder elaborar este trabajo.

Al Ministerio de Economía de la Nación Argentina, por el interés demostrado y la ayuda brindada.

A mis amigos del MBA, por la ayuda constante y los contactos brindados para poder acceder a algunas de las entrevistas realizadas.

Y a todos aquellos que colaboraron para poder elaborar este trabajo, que espero sirva para mejorar y ordenar la actividad de la indumentaria en Argentina.

Esperemos que nunca dejemos de luchar para que nuestra Argentina sea un lugar maravilloso para vivir.



Declaración

"Declaro que el material incluido en esta tesis es, a mi mejor saber y entender, original, producto de mi propio trabajo (salvo en la medida en que se identifiquen explícitamente las contribuciones de otros), y que no he presentado este material en forma parcial o total, como una tesis, en ésta u otra institución".

Buenos Aires, Septiembre de 2009



Índice de Contenidos

I. Introducción	6
II. Fundamentación del tema de la tesis	8
1. Planteo del problema	8
2. Justificación	10
III. Objetivos de la tesis	11
1. Objetivos Generales	11
2. Objetivos Específicos	11
IV. Marco Teórico	12
1. Tercerización o Outsourcing	12
2. Origen de la Tercerización	13
3. Outsourcing Industrial	14
4. La Tercerización en el mundo	18
5. Globalización	20
6. Competitividad	23
7. División Internacional del Trabajo	25
8. La Cadena de Valor	30



V. Análisis de Situación	32
1. Introducción	32
2. Evolución de la Tercerización en la Industria de la Indumentaria Argentina	34
3. Talleres de confección	43
4. Tercerización de Tercerización	47
5. Feria La Salada	48
6. Causas que originan la Tercerización	51
7. Fortalezas y Debilidades	53
8. Estimaciones de la Industria de la Indumentaria Argentina	54
9. Legislación Argentina	62
10. Responsabilidad Social Empresaria	67
11. Las Marcas	76
12. El consumidor	79
VI. Conclusiones	83
VII. Recomendaciones	92
VIII. Bibliografía	100
IX. Anexos	102



I. Introducción

El vestir es fundamental para los seres humanos. Es necesario por factores climatológicos e higiénicos. Otorga identidad a cada país mediante sus trajes típicos que muestran sus usos y costumbres. Es un elemento estético que embellece, seduce, genera status.

Históricamente la confección de la ropa fue un trabajo artesanal, con modistas y sastres que producían las prendas, de alta o baja calidad, según la clase social que las consumiera. Hasta que en Inglaterra, con la Primera Revolución Industrial, se produjo una transición del trabajo manual al mecánico, para producir las prendas que vestían las clases más populares.

Junto con el descubrimiento de la máquina a vapor, surgió la *Spinning Jenny* (hiladora multi-bobina), que le dio impulso a esta industria y le permitió comenzar a producir grandes cantidades de prendas de algodón, con materia prima proveniente de América.

Los cambios en la industria textil dieron origen a la fábrica como la conocemos hoy. En consecuencia hubo avances tecnológicos, crecimiento económico, trabajo para la gente, la inserción de la mujer en la vida laboral y prendas baratas para los pueblos. Por otro lado, la fábrica trajo sistemas de explotación a obreras y obreros. Se produjeron conflictos sociales que intentaron ser solucionados mediante leyes laborales que reglamentaron el trabajo.

Con la introducción de la actividad industrial a la vida de Occidente, se enriquecieron los países que lograron industrializarse, debido a que en el mercado internacional, sus manufacturas valían más que los productos primarios. En términos de intercambio los países manufactureros tenían una ventaja competitiva



con respecto a quienes no lo eran. Argentina, país por excelencia agro-exportador, siempre se vio perjudicada en esta división internacional del trabajo.

Sin embargo con el paso del tiempo, en la Administración moderna, las condiciones fueron cambiando. Apareció un nuevo método llamado “Trabajo a Domicilio”, “Tercerización”, “Externalización” “Outsourcing” o “Subcontratación”. Esta metodología consiste en mandar a fabricar los productos a otra empresa, de acuerdo con los parámetros establecidos por la dueña del producto. Modalidad que se extendió debido a sus beneficios, entre ellos no tener que invertir en bienes de capital y ni incorporar mano de obra en relación de dependencia. La industria de la confección también incorporó, el Trabajo a Domicilio en busca de gozar de sus ventajas.

La característica fundamental que tuvo esta industria, fue que la marca y la imagen pasaron a ocupar el primer lugar en inversiones de capital y en importancia relativa dentro de la compañía, tomando el producto un segundo lugar. Así fue como le restaron protagonismo a sus procesos productivos y le otorgaron cada vez más importancia a las marcas. Mediante esta modalidad, las marcas de indumentaria, ya sean nacionales o internacionales, no producen sus propios productos, sino que los mandan a fabricar a talleres de costura. Estos talleres confeccionan las prendas de acuerdo al diseño y las especificaciones recibidas por parte de las compañías.

Con la globalización, los países industrializados enviaron la confección de sus prendas a los países asiáticos, que poseen mano de obra extremadamente barata. Las grandes marcas se abocaron a la imagen y tercerizaron la confección.

Argentina no fue ajena a este proceso y sus empresas de indumentaria comenzaron a hacer lo mismo a nivel local. Las organizaciones comenzaron a tercerizar su producción en distintos talleres. Esta práctica no es nueva, ya que se



aplicaba en décadas anteriores, pero tomó mayor auge con la nueva tendencia mundial.

Las compañías, ya fuesen nacionales o extranjeras, dejaron de producir y sólo se dedicaron al diseño de sus prendas y a la publicidad. La marca pasó a ocupar un lugar de suma relevancia, como sucede en el resto del mundo.

Siguiendo este modelo, se extendió la tendencia de contratar talleres para la fabricación de prendas de todo tipo. Este modo de producción tiene muchas ventajas para las empresas que lo utilizan, es una manera de incentivar la industria de la confección al permitir abaratar los costos y requerir menos inversión de capital para funcionar.

Sin embargo no todas son ventajas al contratar talleres de confección. En los últimos años, en nuestro país, comenzaron a descubrirse talleres con personal trabajando ilegalmente. En cierto modo, replicando las condiciones de trabajo de Asia.

La Tercerización bien aplicada, puede ser una excelente herramienta para que la industria de la confección crezca en nuestro país, ya que puede utilizarse satisfactoriamente. A pesar de ello, hay mucho por mejorar al respecto, ya que es una actividad que se caracteriza por su alto grado de informalidad.

II. Fundamentación del tema de la tesis

1. Planteo del problema

El Trabajo a Domicilio existe desde principios del siglo XX y en Argentina se aplicó desde esa época. Sin embargo ha adquirido una mayor intensidad a partir de la



década del noventa. En este período, debido a las condiciones económicas existentes, ingresaron muchos productos importados y la industria local no pudo competir contra las prendas provenientes del exterior. A través de la subcontratación los empresarios tenían la posibilidad de reducir sus costos, al no tener que invertir en maquinarias, en espacio físico y al no requerir mando de obra para la producción.

Por supuesto que esta modalidad sigue una tendencia internacional, ya que no sólo en nuestro país se produce este fenómeno, sino que las grandes marcas multinacionales mandan a elaborar sus productos a países poco desarrollados, cuya mano de obra es extremadamente barata.

En Argentina, esta actividad aplicada de la manera que se está implementando en la actualidad, ha presentado irregularidades. La principal es el trabajo ilícito de trabajadores, en su mayoría de origen extranjero que en algunos casos son indocumentados. Esto trae aparejado que las instalaciones de estos talleres no estén en buenas condiciones de higiene y seguridad, según lo disponen las normas municipales o provinciales.

Esta situación plantea varios interrogantes: ¿cómo reorganizar la actividad para evitar el actual grado de informalidad?; ¿cómo lograr controlar el trabajo de los talleres?. La tercerización aplicada del modo en la que se aplica actualmente en Argentina, ¿permite que la industria de la indumentaria crezca?; ¿incentiva la inversión en nuevas tecnologías que aumenten la productividad, trayendo desarrollo a la actividad?; ¿Argentina permitirá que se repliquen en su territorio las condiciones de trabajo esclavo que existen actualmente en algunos países asiáticos, con el fin de abaratar costos?

La situación actual no implica que deba abandonarse el trabajo a domicilio. Por el contrario, es viable continuar utilizándolo, pero de manera ordenada, respetando las



leyes argentinas y buscando la manera de que la industria de la indumentaria argentina pueda competir en el mercado internacional.

La motivación del presente trabajo es poder analizar las condiciones actuales en las cuales se desarrolla esta actividad y, mediante este análisis, proponer ordenar y desarrollar la industria de la indumentaria en Argentina.

2. Justificación

La problemática elegida para el presente trabajo de tesis se elaborará mediante la investigación de cómo se desarrolla esta actividad en nuestro país. Se aplicarán los conocimientos adquiridos durante la Maestría en Administración.

El tema a estudiar muestra que la mayoría de las marcas de ropa no poseen sus propias plantas de producción, sino que mandan a fabricar por terceros la totalidad de su producción. Limitándose a las tareas de diseño de las colecciones, marketing y publicidad de las mismas.

Esto trae aparejado otra actividad paralela que son los pequeños talleres de costura. La práctica en sí misma es altamente beneficiosa para la industria, sin embargo existen numerosas desventajas relacionadas con este sistema. A pesar de ello, la tercerización es una práctica recomendable, si se la aplica adecuadamente.

A partir de toda la información recopilada, se busca evaluar la posibilidad de poder mejorar las condiciones productivas de la industria de la indumentaria en Argentina, formulando hipótesis válidas para ulteriores profundizaciones y recomendaciones que sean de utilidad.



El presente trabajo busca realizar un aporte a la actividad de la indumentaria para desarrollar su potencial y de esta manera obtener un mayor crecimiento.

III. Objetivos de la tesis

1. Objetivo General

El presente trabajo se orienta a plantear las pautas necesarias para aplicar, en forma ordenada, la tercerización en la industria de la indumentaria en Argentina. De esta manera se busca brindar un esquema que permita eliminar las irregularidades en los pequeños talleres de confección que producen prendas para las distintas marcas de indumentaria.

2. Objetivos Específicos

Con la ambiciosa intención que este trabajo resulte útil en el desarrollo de esta industria en Argentina, los principales objetivos propuestos son los que se enumeran a continuación:

- Determinar las medidas que deben tomarse para que esta modalidad de producción en la actividad de la confección, se aplique en forma organizada y que deje de captar mano de obra ilegal.
- Reflexionar respecto de las ventajas y desventajas de este modo de producción.
- Analizar la falta de interés por parte de las empresas en la fabricación de sus productos, en contraposición con la tendencia a enfatizar sus marcas.



- Demostrar que los estudios realizados en la maestría en administración, permiten realizar diagnósticos y propiciar la aplicación del tema elegido a este fin.

IV. Marco Teórico

1. Tercerización o Outsourcing

El “Outsourcing” o “Tercerización”, es la relación existente entre dos organizaciones, mediante la cual una organización contrata a otra, para que realice una tarea que le es propia. La tercerización es la transferencia de todas o de algunas áreas de una organización a otra organización externa.

El outsourcing difiere de la simple prestación externa de servicios porque la empresa terceriza un proceso, controla de manera estrecha a la empresa proveedora, y esta última tiene que cumplir con los parámetros impartidos por parte de la empresa que la ha contratado¹.

Para referirnos a este proceso, se utiliza en forma indistinta la palabra inglesa “Outsourcing”, o la palabras españolas “Tercerización”, “Externalización” o “Subcontratación”².

Hay muchas definiciones de outsourcing, pero podemos decir que se trata de una modalidad, según la cual determinadas organizaciones, ajenas a la compañía son contratadas para hacerse cargo de “parte del negocio” o de un servicio puntual dentro de ella. La compañía delega la operación de uno de sus procesos o servicios

¹ Améndola, Luis: “Tendencia en la Administración Moderna: Outsourcing”. Universidad Politécnica: Valencia, 2001.

² Torras, Jordi: “Outsourcing es Poder”. Barcelona, 2002.



a un prestador externo (outsoucer), con el fin de agilizarlo, optimizar su calidad y/o reducir sus costos.

J. Brian Heywood³, en su libro “El Dilema del Outsourcing”, lo define como: “la transferencia de una función o funciones comerciales internas, más cualquier activo asociado, a un proveedor externo que ofrece un servicio definido durante un período específico de tiempo a un precio acordado, si bien probablemente limitado”. A su vez, este autor introduce el concepto de “Empresa Satélite⁴” para referirse a los proveedores a los que se les delega una función determinada, en nuestro caso de estudio son los talleristas.

2. Origen de la Tercerización

Después de la segunda guerra mundial, las empresas trataron de concentrar en sí mismas la mayor cantidad posible de actividades, para no tener que depender de sus proveedores.

Sin embargo esta estrategia, que en principio resultara efectiva, fue haciéndose obsoleta con el desarrollo de la tecnología, ya que nunca los departamentos de una empresa podían mantenerse tan actualizados y competitivos como lo hacían las organizaciones especializadas en un área.

De esta manera surgió el concepto de Outsourcing, que comienza a tomar auge al inicio de la década de los setenta, cuando se aplicó a las áreas de información tecnológica de las empresas. El origen en sistemas se debió a que una de las ventajas de aplicar la tercerización, era la especialización que tenía el proveedor de un determinado servicio, y el valor agregado que podía añadirle, por estar

³ Heywood, J. Brian: “El Dilema del Outsourcing”. Pearson Educación: Reino Unido, 2001.

⁴ Op. Cit. 3.



especializado en ello. Los primeros proveedores que brindaron este servicio fueron gigantes como Accenture (en sus comienzos se denominaba Arthur Andersen), EDS y Price Waterhouse.⁵

El outsourcing es un término creado en la década del ochenta para describir la creciente tendencia, que se producía en aquellos años, mediante la cual, grandes compañías transferían sus sistemas de información a proveedores.

En ese período el mundo empezó a ver las ventajas de delegar ciertos procesos a terceros, en lugar de hacerlos la misma empresa. Siguiendo este modelo, tenemos el caso más relevante cuando Kodak cedió a IBM su centro de sistemas de telecomunicaciones.

Si bien la tercerización tuvo su origen en el área de sistemas, luego se propagó a otros sectores de la organización. Las empresas buscaban ser más competitivas, y en esta búsqueda de competitividad, la tercerización comenzó a extenderse, no sólo se aplicó en sistemas, sino que también se trasladó a la industria, comenzando por la automotriz⁶.

3. Outsourcing Industrial

En un principio el outsourcing se utilizaba para las actividades secundarias de la compañía, como por ejemplo Sistemas o Finanzas. No obstante con el transcurso del tiempo, el outsourcing alcanzó también a la actividad principal de la organización, tercerizando la fabricación de los bienes de cambio de la misma.

⁵ Op. Cit. 3.

⁶ Op. Cit. 3.



Cuando el outsourcing comenzó a aplicarse en la industria, surgió el concepto de Outsourcing Industrial o también llamado “Contract Manufacturing”. J. Brian Heywood denomina “Contract Manufacturing” al outsourcing industrial, citando los casos de los supermercados que mandan a fabricar productos que se comercializan con una marca propia⁷.

En la década del noventa hubo un gran desarrollo tecnológico, razón por la cual este período se vio marcado por cambios que se producían cada vez a una mayor velocidad. La tecnología se volvía obsoleta en poco tiempo, lo que no había sucedido en años anteriores. Como consecuencia, en la tercerización, las empresas vislumbraron una buena oportunidad para reducir costos. De esta forma, podían obtener competitividad y tener más flexibilidad para adaptarse a los continuos cambios del mercado de ese momento.

En la industria, podemos distinguir dos tipos de outsourcing⁸:

- Outsourcing internacional, llamado “**Offshoring**”.
- Outsourcing dentro de un mismo país, también denominado “**Onshore**”.

Offshoring

Es la relocalización de un proceso de un país a otro. Según Claudia Canals⁹, es la adquisición de bienes y servicios intermedios (inputs) en países distintos al propio. Es decir, para producir un bien necesitamos factores de producción, como serían el capital y el trabajo, pero también necesitamos bienes y servicios intermedios.

⁷ Op. Cit. 3.

⁸ Canals, Claudia: “Offshoring y Deslocalización” (Documentos de Economía La Caixa). Barcelona, 2006.

⁹ Op. Cit. 8.



Estos inputs pueden provenir del interior del propio país (domésticos) o de fuera (importados). Así pues, el offshoring o outsourcing internacional es la importación de inputs, ya sean bienes o servicios.

Esta definición incluye dos maneras distintas de obtener los bienes o servicios intermedios:

- **Deslocalización**: proceso por el cual los bienes provienen de una filial de la propia empresa importadora, debido a que la empresa decide producirlos en filiales localizadas en distintos países.
- **Arm's length o contratación externa**: situación en la que los bienes o servicios intermedios provienen de una empresa independiente, localizada en un país distinto al de la empresa que vende el bien o servicio final¹⁰.

El profesor Bhagwati define offshoring como "el comercio en servicios del tipo contratación externa que no requiere proximidad geográfica entre comprador y vendedor"¹¹.

La definición anterior puede ser ampliada permitiendo que las importaciones de servicios intermedios puedan provenir de filiales de la misma empresa, lo que se denomina como "deslocalización". Así se define offshoring como importaciones de servicios intermedios¹². Este tipo de tercerización tiene como fin la reducción de los costos de producción, ya que se busca la posibilidad de mandar a producir a países que resulten más baratos¹³.

¹⁰ Op. Cit. 8.

¹¹ Jagdish Bhagwati: "Why your job isn't moving to Bangalore?". New York Times, 2004.

¹² Op. Cit. 8.

¹³ Op. Cit. 8.



Hay otras causas para tercerizar en el exterior, como querer ganar mercados, estar cerca de las fuentes de materia prima o aprovechar los beneficios impositivos de ciertos países.

A pesar de lo expuesto precedentemente, la principal causa para tercerizar es la intención de reducir los costos de producción. En el caso de la industria de la confección, el principal componente de este costo es la mano de obra, ya que se requiere mano de obra intensiva. Por esta razón, las empresas envían a manufacturar sus productos a países con bajos salarios, como ser el caso de Oriente.

Dentro del offshoring podemos distinguir el nearshoring. Este término proviene de la pesca y significa contratar servicios a un país con inferiores salarios, pero relativamente cercano en distancia o en uso horario. Por supuesto que esto no siempre es así, ya que es muy frecuente que empresas de indumentaria de Occidente, envíen a producir a Oriente, región con la cual existe una gran distancia geográfica y usos horarios dispares. Sin embargo la mano de obra es de bajo costo, razón por la cual es una región elegida por empresas de indumentaria de países occidentales. El Offshoring se efectúa en pequeña escala en los países de Europa del Este y a gran escala en China e India.

Onshore

Como mencionamos precedentemente, el “Onshore” es la tercerización que se efectúa dentro de un mismo país. Se lo denomina también como “Homeshoring” , “Teletrabajo”, o “Trabajo a Domicilio”. Esta última denominación es la utilizada en Argentina.

El Trabajo a Domicilio consiste en que los trabajadores desarrollan sus actividades desde sus casas o en establecimientos que se encuentran fuera de la/s empresa/s



que los ha contratado. El trabajo en el mismo domicilio es muy frecuente en la industria de la indumentaria, porque una costurera puede adquirir una máquina de coser y trabajar desde su hogar.

4. La Tercerización en el Mundo

Dado que en la industria de la confección no se requieren grandes volúmenes de capital, la subcontratación en la confección se perfila como un medio menos arriesgado que la inversión directa tradicional y más flexible porque permite la deslocalización de la producción. La empresa que delega la fabricación, explota las ventajas comparativas del país de acogida, principalmente en términos de costo unitario del trabajo.

En la actualidad, existen dos redes económicas globales, llamadas Commodities Globales. Una cadena de commodities incluye todo el rango de actividades involucradas en el diseño, la producción y la comercialización de un producto.

Las mismas se enumeran a continuación:

- **Las cadenas impulsadas por los productores:** son aquellas impulsadas por grandes productores, generalmente transnacionales, que desempeñan el rol principal en la coordinación del trabajo. Se caracterizan por tener tecnología y capital intensivos.
- **Las cadenas impulsadas por los compradores:** comprenden a los pequeños productores, los comercializadores y los fabricantes de marcas, que cumplen el rol principal en estas redes descentralizadas en distintos países, usualmente no desarrollados, o dentro de un mismo país. Este tipo de producción es característica de la industria de la confección.



Existen tres tipos de organizaciones en la industria de la indumentaria, expuestos a continuación¹⁴:

- **Los minoristas:** eran los principales clientes de los fabricantes de indumentaria y ahora se han transformado en sus principales competidores, ya que han incrementado sus importaciones, buscando mejores precios para vender más. Esto sucede en todos los países que tienen industria textil.
- **Los comercializadores:** son los fabricantes sin fábrica, que incluye a compañías que tienen un origen global porque tienen sus fuentes de provisión en el exterior.
- **Los fabricantes de indumentaria de marca:** son aquellos que no quieren comprometerse con la producción en el exterior, sino con la organización de dicha producción. Estas empresas proveen insumos intermedios (telas cortadas, botones, hilo).

Este tipo de subcontratación internacional existe en todos los países. En Estados Unidos se lo conoce como el programa 807/9802, donde los productores se localizan principalmente en México, América Central y el Caribe. En Europa se lo conoce como "Comercio de Procesamiento Externo" (Outward Processing Trade OPT) y los principales productores se hallan en el norte de África, Europa del Este, países de Oriente e India.

Considerando las actividades económicas, podemos hacer una clasificación en¹⁵:

- **Ensamble:** consiste en el "armado" de la prenda, con insumos importados del país que manda a fabricar el producto.

¹⁴ María D'Ovidio: "Quién es Quién en la cadena de Valor de la Industria de la Indumentaria". Buenos Aires. 2007.

¹⁵ Op. Cit. 14.



- **Fabricación de Paquete completo** (Original Equipment Manufacturing - OEM): es la producción con materias primas obtenidas en el mercado local. Este modo de producción le otorga más autonomía al productor.

Los países en los cuales se terceriza la actividad de confección, comienzan por el ensamble y, si se produce un progreso industrial pasan a OEM. En este estilo de producción, los minoristas y los comercializadores no saben cómo se produce la prenda. De esta manera los proveedores deben aprender a hacer todo y este período de aprendizaje se produce en una larga relación comercial.

De todos modos, no se trata de etapas que deban cumplirse, sino que los países exportadores pueden dedicarse al ensamble, sin que esto implique que luego pasarán a la otra fase.

Para que un país pase al rol de OEM, es necesario que se posea una economía donde los salarios sean bajos y haya estabilidad política. Además es necesario contar con una infraestructura de empresas que sean capaces de suministrar insumos con la cantidad y calidad requerida¹⁶.

5. Globalización

"Globalización" es un término moderno especialmente utilizado para describir el incremento sustancial del comercio internacional, el intercambio cultural y, a su vez, los cambios que esto ha generado a las sociedades y la economía mundial. El término fue utilizado por primera vez en 1985, por Theodore Levitt en "The

¹⁶ Op. Cit. 14.



Globalization of Markets" para describir las transformaciones que venía sufriendo la economía internacional desde mediados de la década del sesenta¹⁷.

La globalización es un proceso, principalmente económico, por el que la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unifica mercados. Los modos de producción y de movimientos de capital se trasladaron de escala nación a escala planetaria.

Según Manuel Castells, estamos ante una "Economía Global". No se trata de una economía internacionalizada, ya que ésta existe desde hace varios siglos, sino de una economía que se caracteriza por:

- **Capacidad Tecnológica:** el gran desarrollo tecnológico que ha tenido el mundo en las últimas décadas.
- **Capacidad Organizativa:** las unidades económicas están organizadas para acceder a los mercados globales.
- **Capacidad Institucional:** sin la desregulación y liberalización que se ha producido en todo el mundo, no habría tanta circulación de dinero, de bienes y servicios y de personas.

Según Jaime Ramírez Fáundez, la globalización es el movimiento acelerado de bienes económicos a través de las barreras regionales y nacionales. Este intercambio incluye personas, productos y el capital. El efecto inmediato de la globalización es la reducción de la "distancia económica" entre países, incrementando de este modo, las dimensiones de los mercados y la interdependencia económica.

¹⁷ Castells, Manuel: "La Nueva Economía". Editorial Santillana: Venezuela, 2000.



Podemos mencionar dos causas principales, para que este fenómeno tenga lugar en el mundo actual:

- El desarrollo tecnológico, especialmente de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC), entre las que se destaca Internet.
- Las empresas multinacionales y su creciente influencia en la economía mundial.

En primer lugar tenemos el avance del desarrollo tecnológico. Esto produjo que la economía mundial de nuestros días se caracterice por añadir valor, aumentar la productividad y obtener mayor competitividad. Principalmente sobre la base de la información y del conocimiento, cuya capacidad de procesamiento se incrementó de manera significativa, debido a las tecnologías de fines del siglo XX y comienzos del XXI¹⁸.

Un segundo aspecto lo constituyen las empresas multinacionales que han tenido una evolución notable en los últimos años, convirtiéndose en los actores primarios del proceso de globalización; a través de los flujos de inversión y formando alianzas estratégicas.

En el mundo global actual, las grandes corporaciones multinacionales simplemente trasladan sus centros de producción a lugares en los cuales se les brinda el máximo de facilidades. Por otro lado, esto puede significar una oportunidad para los países en vías de desarrollo, pues se instalan empresas en sus territorios que emplean a sus habitantes y tributan a sus respectivos fiscos, generando ingresos para el país destinatario de dicha inversión.

¹⁸ Op. Cit. 17.



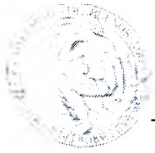
Con respecto al impacto de la globalización en la industria de la confección, no ha sido muy notable. Se produce una internacionalización, que implica la integración funcional entre actividades de diferentes regiones, debido a que grandes marcas internacionales, tercerizan su producción a países de bajos costos de mano de obra. Asimismo, aprovechando la tecnología existente, pueden enviarse moldes y diseños por correo electrónico, facilitando el trabajo a la distancia que hubiera sido imposible en otra época.

No obstante las firmas de indumentaria no abren filiales de su marca en estos países, sino que sólo delegan la fabricación de sus productos, con el fin de reducir costos y poder abocarse a promocionar la marca. No es rentable abrir filiales en países empobrecidos que pueden brindar mano de obra barata, pero que no poseen un mercado atractivo para comercializar las prendas fabricadas en ellos.

En esta industria si bien hay empresas multinacionales, como Adidas, Nike o Zara, en general se trata de organizaciones más pequeñas, que comercializan sus productos en mercados regionales. El avance de la tecnología ha impactado, sin embargo, dadas las características del tipo de manufactura de confección, no ha influido tanto como en otras actividades. El modo de producción requiere mucho trabajo manual, razón por la cual la revolución tecnológica que ha tenido el mundo y que constituye una de las causas de la globalización, no afecta a esta actividad.

6. Competitividad

Competitividad y tercerización son dos conceptos que están íntimamente relacionados, debido que la tercerización se aplica con el objetivo de lograr una mayor competitividad en el mercado. Para lograrlo, el empresario delega ciertas funciones en un tercero. En el caso de la confección, la empresa-marca delega la



producción de prendas a un tallerista, con el fin de reducir costos y, de esta manera, ser más competitivo.

En este mundo globalizado, las organizaciones multinacionales en su búsqueda tendiente a reducir costos e inversiones de capital, han creado una nueva forma de vinculación inter-empresa, a través de complejas redes internacionales.

Debido al aumento de la competitividad, las multinacionales suelen hacer alianzas estratégicas o “tecnoglobalismo” con otras organizaciones. La estrategia consiste en establecer lazos de cooperación de distintos tipos, ya sean permanentes o temporales. En el primer caso, se lleva a cabo mediante fusiones y en el segundo, se buscan asociaciones para investigar y desarrollar un producto o, para controlar importantes segmentos de mercados¹⁹.

De esta manera, al unir sus esfuerzos de investigación y desarrollo con otras empresas rivales, incluso con aquellas con las que se disputan los mercados, disminuyen la magnitud de sus inversiones.

Con la globalización, el mundo ha reemplazado mercados regionales por mercados internacionales, razón por la cual la competencia se ha incrementado.

Este proceso no ha afectado a todas las empresas ni a todas las actividades por igual. A modo de ejemplo, podemos mencionar que innovaciones de empresas japonesas en el sector automotriz, han perjudicado a empresas estadounidenses y europeas, ya que ocuparon importantes posiciones del mercado internacional.

En este sentido la nueva era de la competencia internacional, ha afectado a algunas empresas líderes que desarrollan sus actividades en un reducido número de actividades de alta tecnología e intensivas en uso de capital.

¹⁹ Ramírez Fáune, Jaime: “Globalización y Posmodernidad”. Buenos Aires, 2000.



En la actualidad el aumento de la competitividad en la industria de la indumentaria, debido a la globalización de los mercados, se vislumbra cuando las firmas de un país deben competir con grandes marcas extranjeras. En las últimas décadas se pueden adquirir productos de varias marcas multinacionales en cualquier país del mundo.

7. División Internacional del Trabajo

La “División internacional del Trabajo” consiste en separar las actividades económicas, según las características de cada país. Este criterio data del siglo XVII, cuando Adam Smith, en su libro “La Riqueza de las Naciones²⁰”, destacó las ventajas de la división del trabajo.

Según la tesis central de la obra de Adam Smith, la clave del bienestar social está en el crecimiento económico, que se potencia a través de la división del trabajo. La misma permite aumentar la habilidad del trabajador al dedicarse a un número pequeño de operaciones.

Su postulado fue ejemplificado con una fábrica de alfileres. Si un alfiler fuera hecho íntegramente por un trabajador, este hombre se demoraría mucho en estirar el alambre, luego en cortarlo, luego en afilar la punta para finalmente ponerle una cabeza. Es decir, si diez personas realizan aisladamente alfileres, podrían hacer sólo unos cuantos por persona. En cambio, si trabajando juntos, cada trabajador se especializa en una parte del proceso (sólo uno corta, el otro estira el alambre, el otro pega la cabeza), al final del día se tendría una producción mayor. Según Smith, ésta era la clave del crecimiento económico.

²⁰ Smith, Adam. “La Riqueza de las Naciones” (“The Wealth of Nations”). Reino Unido, 1776.



En los siglos posteriores a Adam Smith, se aplicó la División Internacional del Trabajo, mediante la cual había países productores de materias primas, cuyas riquezas naturales les permitían abastecer a otros estados; y países que producían manufacturas.

Este modelo se aplica hasta nuestros días. En la industria de la confección, siempre buscando reducir costos, existe una División Internacional del Trabajo, donde se traslada la producción de países que poseen mano de obra cara a países con mano de obra barata.

Siguiendo este modelo, basado en la globalización, la industria de la confección se divide en ciertas zonas geográficas en las cuales se desarrolla la actividad²¹. A continuación vamos a analizar brevemente las principales zonas de producción en el mundo.

Europa del Este

A finales de los años ochenta, Europa Occidental, principalmente Alemania e Italia, comenzó a mandar sus manufacturas a Europa del Este, en busca de reducir sus costos de producción y aprovechando que en ese período se abrieron los países comunistas de Europa Oriental.

La subcontratación fue favorecida por la política comercial comunitaria de la Unión Europea que ha contribuido a la aparición de una especialización intra-regional, a escala del continente europeo. Mediante este proceso se produjo un desplazamiento geográfico desde aquellos países donde el costo unitario del trabajo evoluciona al alza, hacia aquellos en los que éste se mantiene relativamente bajo.

²¹ Op. Cit. 19.



El desplazamiento del outsourcing en la industria de la indumentaria europea data de los años sesenta, cuando firmas alemanas enviaban a confeccionar a la ex Yugoslavia. La apertura de estas naciones al capitalismo a fines de los ochenta, significó una oportunidad de crecimiento. Asimismo significó una ventaja para los países europeos occidentales, debido a que sus productos estaban perdiendo en la relación competitividad – precio.

Los países de Europa del Este, que estaban acostumbrados a producir en grandes series antes de 1989, esencialmente para sus socios de Europa del Este y sobre todo de la ex-Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (U.R.S.S.), tuvieron que pasar a una producción en series cortas, respondiendo así a una demanda de diferenciación y exigencias de calidad más fuertes. Las manufacturas del Este tuvieron que adaptar sus productos a los requerimientos del Oeste, ya que no estaban adaptadas a los estándares de la Unión Europea.

En Italia, el outsourcing se hacía en el interior del país, en distritos industriales. La competitividad de la actividad italiana estaba sobre todo basada en el diseño y la calidad del producto, no esencialmente en el precio. En los años noventa la motivación de la reducción de los costos tomó cada vez más importancia para las firmas italianas. La nueva generación de pequeñas y medianas empresas, se vio confrontada a la competencia de las firmas de otros países europeos, sobre todo las alemanas, que ya habían descentralizado una parte de su actividad. Mientras la lira se apreciaba a partir de 1987 hasta su devaluación de 1993. Paralelamente los países del Este se abrían, ofreciendo una nueva zona de deslocalización muy próxima y con fuerte especialización en el sector de confección.

China e India

Los países más industrializados comenzaron a tercerizar su producción en China, por sus bajos costos laborales. En la década del ochenta, casi el 90% de la ropa de Benetton era fabricada en Italia. Sin embargo en la actualidad, los fabricantes



italianos le proveen a la marca menos del 30% de la ropa, y se estima que este porcentaje bajará a 10% en los próximos años. Benetton abrió una oficina en Hong Kong a principios de 2005, en parte para controlar a los proveedores chinos de los cuales depende cada vez más.

China ha crecido mucho, cuenta con un gran desarrollo tecnológico y de esta manera se afianzó como fuerza dominante en el mercado de la confección. Italia cuenta con casi 600.000 empleos en el sector de confección. Las industrias italianas han dejado de lado sus modelos de negocio y han mudado su producción a otros lugares (Europa del Este o China) para concentrarse sólo en el diseño y la comercialización, áreas en las que los chinos pueden ser superados o igualados.

En el caso de India, al igual que China, luchó durante décadas con las cuotas que limitaban la cantidad de productos que podían enviar a Estados Unidos y Europa. En enero de 2005, dichas cuotas fueron levantadas y las exportaciones de ambos países despegaron.

En India, Mahatma Gandhi encabezaba boicots contra la ropa europea hecha a máquina y promovía las virtudes de la industria a pequeña escala. Durante décadas, las regulaciones en la India favorecieron a las compañías con menos de 100 trabajadores, lo que daba como resultado una industria fragmentada e ineficiente.

A pesar de su historia, India está en proceso de cambio. En 2004, el gobierno indio levantó los aranceles sobre la maquinaria textil importada. Con el objetivo de mejorar la competitividad de la industria, el gobierno de este país ha invertido 150 millones de dólares estadounidenses (junto a varios socios privados) en 25 complejos textiles, que generan 500.000 empleos²².

²² Gandhi Industrializado, Revista Forbes, 2005.



México

A principios del siglo XX, los industriales estadounidenses empezaron a establecerse en la Maquila (México y Centroamérica), donde el costo de la mano de obra por hora, por ejemplo en Honduras, era de 0.80 dólares estadounidenses, contra 5 dólares la hora de una costurera, en los Estados Unidos.

Una Maquila²³ (en inglés sweatshop), es una fábrica que suele situarse en un país empobrecido, donde los trabajadores perciben salarios muy bajos. Estas instituciones suelen pertenecer a pequeñas empresas locales, las cuales son subcontratadas por grandes corporaciones multinacionales, para las que efectúan su producción.

- Los diseños y las materias primas eran provenientes de Estados Unidos, y en la Maquila se confeccionaba. Por el mercado común NAFTA, los productos terminados ingresaban en los Estados Unidos libres de impuestos.

De todos modos a fines del siglo XX, los estadounidenses llevaron sus empresas a China, Malasia, Corea²⁴. A pesar de enviar la mayor parte de la producción a Asia, en los últimos años la confección estadounidense está focalizándose nuevamente en el Caribe y México. La industria estadounidense está aprovechando esta oportunidad, no sólo por la reducción del costo de la mano de obra, sino también por la cercanía geográfica. En 1994 se firmó el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), que estableció que el principal proveedor de indumentaria de Estados Unidos fuera México o el Caribe, mientras que anteriormente era China.

²³ Klein, Naomi: "No Logo – El Poder de las Marcas". Piados: Toronto, 2000.

²⁴ Entrevista hecha por Clarín al Ing. Mauricio Naiberger, Pte. de la Cámara de la Indumentaria. Buenos Aires, 2005.



Una de las características de este tipo de offshoring es que los países americanos en los cuales se terceriza la producción utilizan hilados y tejidos provenientes de Estados Unidos, en contraste con las prendas que se importan de Oriente, que no tienen materia prima estadounidense.

8. La Cadena de Valor en la Industria de la Indumentaria

La cadena de valor es un modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial, descrito y popularizado por Michael Porter²⁵. Su objetivo es maximizar la creación de valor mientras se minimizan los costos. La cadena de valor ayuda a determinar las actividades que permiten generar una ventaja competitiva, esto implica tener una rentabilidad relativa superior a los rivales, en el sector industrial en el cual se compete. La cadena categoriza las actividades que producen valor agregado en dos tipos: las actividades primarias y las actividades de apoyo. A continuación, graficamos la cadena de valor según Michael Porter:



Fuente: Porter, Michael: "Competitive Advantage". Free Press: New York, 1987.

²⁵ Porter, Michael: "Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance". Free Press: New York, 1987.



Las actividades primarias se refieren a la creación física del producto, su venta y el servicio postventa. El modelo de la cadena de valor distingue cinco actividades primarias:

- **Logística Interna:** comprende operaciones de recepción, almacenamiento y distribución de las materias.
- **Operaciones (Producción):** es el procesamiento de las materias primas para transformarlas en el producto final.
- **Logística Externa:** es el almacenamiento de los productos terminados y distribución del producto al consumidor.
- **Marketing y Ventas:** son las actividades con las cuales se da a conocer el producto.
- **Servicio de postventa o mantenimiento:** agrupa las actividades destinadas a mantener el valor del producto, mediante la aplicación de garantías.

Las actividades de apoyo son las que auxilian a las primarias, que se describen a continuación:

- **Infraestructura de la organización:** son las actividades que prestan apoyo a toda la empresa, como la planificación, contabilidad y las finanzas.
- **Dirección de Recursos Humanos:** búsqueda, contratación y motivación del personal.
- **Investigación y Desarrollo:** obtención, mejora y gestión de la tecnología.



- **Abastecimiento:** proceso de compra de los materiales.

La cadena de valor de Michael Porter es una herramienta muy útil para analizar la industria de la confección, principalmente para focalizarnos en la actividad primaria de Operaciones, así como también en la actividad de apoyo de Infraestructura de la Organización. La confección encontró en el outsourcing una ventaja competitiva para reducir su principal costo, que es la mano de obra.

V. Análisis de Situación

1. Introducción

A los fines de comenzar a introducirnos en la problemática que nos ocupa, es importante diferenciar el sector textil del sector de la indumentaria. La industria textil se ocupa de la fabricación del hilado y las telas que, luego serán utilizados por el sector de indumentaria para la confección de prendas.

El sector textil trabaja con los productos primarios (materias primas como el algodón, la lana) y los transforma en telas. El sector de la indumentaria toma como materia prima el producto terminado del sector textil para confeccionar sus bienes de cambio.

La confección de prendas era considerada una actividad manufacturera dentro del sector textil, que abarcaba desde el corte de la tela al armado de la prenda. Sin embargo en la última década del siglo XX, esta actividad se ha transformado en un sistema sofisticado y complejo, caracterizado principalmente por una baja inversión



que lo hace accesible y flexible a coyunturas difíciles desde un punto de vista económico²⁶.

Es característico de la industria textil un mayor grado de formalidad, en comparación con la industria de la indumentaria, por los requerimientos de gran acervo de capital, debido al tipo de maquinarias utilizadas. Mientras que es característica del sector de indumentaria una gran informalidad en su producción, presente tanto en la República Argentina como en todo el mundo.

En el presente trabajo nos abocaremos a analizar exclusivamente la industria “de la indumentaria”, también denominada “de la confección” o “del vestido”. Esta industria se caracteriza porque las organizaciones que la componen no tienen sus propias plantas de producción, sino que mandan a confeccionar sus productos a pequeños y medianos talleres.

El modo de organización del trabajo consiste en la separación de la fase productiva de la de diseño y comercialización. En otras palabras, las empresas de indumentaria suelen tercerizar total o parcialmente la confección de prendas de vestir en talleres a fin de focalizarse en lo que podría denominarse el “core del negocio”: desarrollo de marcas, diseño de productos y canales comerciales²⁷.

Este modo de producción se denomina tercerización. Las empresas diseñan sus prendas y las mandan a fabricar a talleres, que se dedican a coser para terceros²⁸. Actualmente en nuestro país, la mayor parte de la ropa que se comercializa, se fabrica en talleres externos a la empresa-marca.

²⁶ Anuario Tendencias Económicas y Financieras, 2007. Material suministrado por el INDEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

²⁷ Las Marcas como motor del crecimiento de las exportaciones en el sector de la Indumentaria. CEP (Centros de Estudios para la Producción, 2006. Suministrado por el Ministerio de Economía y Producción.

²⁸ Entrevista Lic. Pertti Mustonen – Federación Argentina de Industrias Textiles (F.I.T.A.), 03/09/08.



Como consecuencia, nos encontramos ante una industria sin industria, donde la actividad no consiste en producir ropa, sino en producir “marcas”, para las cuales se diseñan prendas que, luego se mandan a confeccionar a un taller.

En este capítulo disertaremos sobre la situación emergente de las siguientes fuentes consultadas: entrevistas a organismos relacionados con la industria de la indumentaria, talleres de confección, diseñadores y empresarios del rubro. También se tomaron datos de otras fuentes como el Ministerio de Economía de la Nación y publicaciones periodísticas.

2. Evolución de la Tercerización en la Industria de la Indumentaria en Argentina

El sector de la Indumentaria en Argentina tiene un peso preponderante dentro del Complejo Industrial Textil, ya que aporta el 51% de las unidades productivas, el 30% de los puestos de trabajo, el 27% del valor agregado y el 26% del valor de la producción del eslabonamiento sectorial. Al mismo tiempo, ocupa un rol de importancia en el entramado manufacturero argentino contribuyendo con el 5,6% de las unidades productivas, el 4% del empleo y con poco más del 2% del valor agregado industrial. Debe resaltarse el hecho de que es una industria que se abastece principalmente de materias primas nacionales, demandando alrededor de la tercera parte del total de tejidos producidos en el país²⁹.

En Argentina esta industria se caracteriza por ser extremadamente informal. El sector está integrado mayoritariamente por pequeñas y medianas empresas que en las que son ocupados más de 160 mil trabajadores. La Cámara de la Indumentaria estima que hay aproximadamente 25 mil personas no registradas³⁰.

²⁹ Ministerio de Economía y Producción: Programa Multisectorial de Preinversión Préstamo BID. Buenos Aires, 2003.

³⁰ Op. Cit. 14.



Otro de los aspectos distintivos del sector se centra en el hecho de ser la actividad que demanda la mayor cantidad de mano de obra femenina, hecho asociado a las pautas culturales que determinan la capacitación requerida para ocupar los puestos de trabajo generados por el sector. De esta forma, casi el 63% del empleo total sectorial es ocupado por mujeres³¹.

Si bien la tercerización se aplicó siempre en la confección, se llegó a la situación actual en forma paulatina, dadas las condiciones de nuestra economía. En la década del ochenta la economía argentina era cerrada, es decir que no se importaban bienes, excepto los que no podían producirse localmente, por condiciones tecnológicas. En la industria que nos ocupa, no había ingresos de prendas del exterior y todo lo que se consumía era producción argentina.

Dentro del cambio que se produjo, podemos distinguir tres aspectos:

- En los años noventa, se cambió de modelo económico, comenzó la era de la Convertibilidad, haciendo referencia a la ley que establecía un tipo de cambio fijo, mediante el cual la moneda argentina (Pesos) estaba igualada con la moneda estadounidense (Dólares). Como consecuencia de este tipo de cambio comenzaron a importarse productos, debido a que no resultaban caros para Argentina. En contraposición los productos argentinos eran costosos para ser exportados. Esto afectó de manera significativa a la indumentaria, ya que no podía competir con los bajos precios de los productos extranjeros. La situación era crítica, muchas empresas cerraron sus puertas y otras subcontrataron talleres de costura para reducir sus costos. De esta forma aumentó considerablemente el número de talleres ya existentes y se abrieron nuevos, con el fin de disminuir costos para sobrevivir.

³¹ Op. Cit. 29.



- A su vez hubo un cambio a nivel mundial que también se trasladó a nivel 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 fuera de la empresa. Son las etapas de diseño, moldería y corte, las que generalmente quedan centralizadas dentro de las empresas-marcas, por ser éstas etapas fundamentales en la creación del valor agregado del diseño. El resto (confección, avíos, terminaciones y planchado), es tercerizado fuera de la empresa a través de la contratación de talleristas. Con el proceso que se generó tanto a nivel local como mundial, se produjo una descentralización de la producción en talleres. Muchas de las plantas internas de las empresas, se trasladaron a talleres externos.
- El tercer aspecto es que la actividad de la indumentaria no posee “barreras de entrada”, esto implica que no es necesario invertir demasiado capital para adquirir una máquina de coser con la cual empezar a trabajar, cuyo costo no es elevado. La falta de barreras de ingreso generó que muchas personas desempleadas compraran una máquina y trabajaran para terceros cosiendo prendas en serie, según las indicaciones del taller dador de trabajo³².

La necesidad de reducir costos para competir contra los productos baratos que se importaban, ocasionaron que quienes querían sobrevivir y continuar en el mercado, optaron por tercerizar su producción en pequeños talleres. La mayoría de ellos no habilitados y con mano de obra ilegal. Los beneficios que obtenían los empresarios utilizando este modelo fueron los siguientes:

- No tener necesidad de invertir en infraestructura en la planta de producción (edificios y maquinarias).

³² Entrevista Laura Códda - Cámara de la Indumentaria, 16/09/08.



- Reducción de costos fijos.
- Evitar los costos de los salarios y las cargas sociales, a cambio de pagar al taller por su producción.
- Evitar pagar impuestos, ante la falta de facturación del taller hacia el empresario. De esta manera ambos (taller y empresario) evaden el Impuesto al Valor Agregado (que de todos modos recae sobre el consumidor final), el Impuesto sobre los Ingresos Brutos y el Impuesto a las Ganancias.
- Mayor flexibilidad y adaptabilidad de la producción ante cambios en la moda.

Los factores que permitieron que este sistema de producción ilegal sea la regla y no la excepción fueron:

- El alto grado de informalidad que caracteriza al sector.
- La irresponsabilidad de las principales empresas-marcas respecto a la calidad de su cadena de valor (especialmente vinculado a los talleres que las proveen).
- La falta de control por parte de las autoridades para que exista un sistema adecuado de verificación y control del trabajo en los talleres³³.

Aplicando la tercerización, la actividad de indumentaria sobrevivió durante la década del noventa. Sin embargo dada la modalidad de fabricación implementada desde esos años y utilizada hasta la actualidad, la cadena productiva no ha logrado avances genuinos en productividad³⁴.

³³ Op. Cit.28.

³⁴ Giosa Zuazua, Noemí: "Responsabilidad Compartida". Página 12. Buenos Aires, 2007.



En enero de 2002 se produjo la devaluación del Peso y se derogó la Ley de Convertibilidad, lo cual produjo un cambio en el modelo económico de Argentina. Se abandonó el tipo de cambio fijo, el Peso dejó de estar igualado con la moneda estadounidense, razón por la cual los productos argentinos comenzaron a ser más competitivos para el mercado externo. Asimismo ya no era conveniente importar prendas, porque resultaban muy costosas para el poder adquisitivo de los consumidores.

Durante los años 2002 y 2003, hubo una fuerte crisis en Argentina, período en el cual el sector continuó produciendo en talleres, viéndose favorecido por el tipo de cambio vigente. Ya no tenía que competir con productos importados extremadamente baratos³⁵.

A partir del año 2004, comenzó una etapa de recuperación en la economía argentina. El crecimiento de la misma trajo aparejado un incremento en el consumo. Para poder satisfacer la demanda, los talleres crecieron considerablemente, aumentando en número de establecimientos y tomando más personal.

A pesar de la mejora de la industria con respecto a la década anterior, el modelo de los talleres ya estaba instalado en la industria de la confección, no se retornó a las fábricas de ropa, sino que se continuó trabajando de la misma manera. La informalidad con la que funcionaban los talleres en los años noventa continuó y se agravó con el aumento de la producción, en el nuevo siglo.

Desde la salida de la Convertibilidad, la industria de la indumentaria duplicó su nivel de actividad, convirtiéndose en 2007 en uno de los sectores que mayor valor agregó a las ventas externas, al exportar por un valor de 33 mil dólares estadounidenses por tonelada, muy por encima de los 400 dólares estadounidenses

³⁵ Entrevista Lic. Mariano Kestelboim – Fundación Protejer, 09/09/08.



que promediaron los envíos del conjunto de los sectores económicos. En el período de recuperación de la economía argentina (2004-2008), el sector creció exponencialmente y duplicó su nivel de actividad, impulsado por el aumento de la demanda externa. Esto permitió sumar nuevos mercados para sus exportaciones y alcanzar la inédita cifra de 127 países que eligieron los artículos argentinos por su calidad y diseño³⁶.

Según la Cámara de la Indumentaria en el último quinquenio se recuperaron más de 250 mil puestos de trabajo y se realizaron inversiones aproximadas a los 4.000 millones de dólares estadounidenses³⁷.

Con respecto a la comercialización de ropa, se produjo un cambio en la era de la Convertibilidad. En los años ochenta las prendas producidas llegaban al consumidor final a través de locales que no pertenecían a las empresas industriales. Durante los años noventa se produjo una reversión de esta tendencia al aumentar la frecuencia de casos de integración al proceso productivo de los diversos canales de comercialización devenidos del auge de la modalidad de Outlets y de Centros de Compras, denominados shoppings. Esta nueva conformación le ha atribuido al sector una mejor capacidad de respuesta y adaptabilidad a los diferentes niveles de la demanda interna, a la cual le ha dedicado a lo largo de la década del noventa entre un 94% y 97% de su producción³⁸.

La tercerización no sólo se hace a nivel local, sino que existen numerosas empresas que envían a fabricar sus productos a Oriente, en especial a China. Esto se debe a los bajos costos de producción que tiene el país asiático, lo cual genera que el precio de importación de indumentaria china es de 12,25 dólares estadounidenses el kilogramo, mientras que el precio de indumentaria de otro

³⁶ Op. Cit. 14.

³⁷ Op. Cit. 14.

³⁸ Op. Cit. 29.



origen (como Malasia o Camboya, cuyos productos también son baratos³⁹) que ingresa a Argentina cuesta 22,90 dólares estadounidenses el kilogramo. A su vez, considerando los bajos precios con los que ingresa esta mercadería a nuestro país, se produce una competencia desleal, a pesar de los aranceles existentes a las importaciones⁴⁰.

El principal elemento con el que compiten los países de Oriente es la mano de obra barata. En términos absolutos, y para un conjunto de economías seleccionadas, puede advertirse el diferencial existente en materia de salarios por hora en el mundo⁴¹:

País	USD/Hora
Argentina	5,80
Corea Republicana	5,60
Portugal	5,20
Brasil	3,30
Turquía	2,80
Hungría	2,60
México	2,30
Marruecos	1,80
Túnez	1,70
Tailandia	1,30
Malasia	1,20
Egipto	1,10
China	0,80
India	0,70
Sri Lanka	0,50
Pakistán	0,30
Indonesia	0,20

Fuente: Comisión Europea del Banco Mundial (2005). Suministrado por el Ministerio de Economía y Producción de la Nación. Moneda: USD = Dólares estadounidenses.

Si analizamos los salarios de los países desarrollados, se pone en evidencia la brecha existente y explica el motivo por el cual muchas empresas de los países

³⁹ Op. Cit. 35.

⁴⁰ Op. Cit. 35.

⁴¹ Ministerio de Economía y Producción de la Nación : Documentos de Proargentina. Buenos Aires, 2005.



industrializados tercerizan la producción de indumentaria en países de bajo costo ("low cost location")⁴²:

País	USD/Hora
España	8,30
EE.UU.	10,30
Francia	14,20
Japón	15,00
Italia	15,10
Alemania	18,30

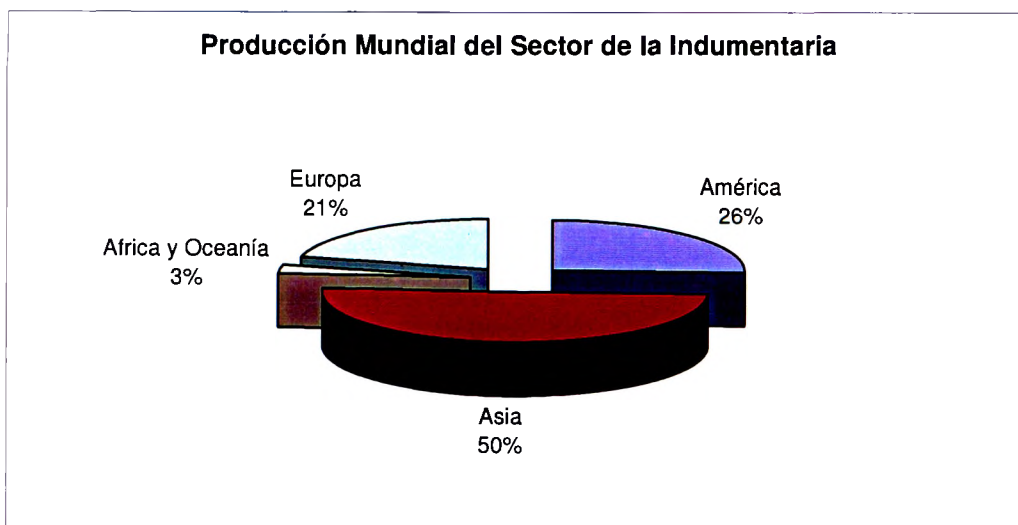
Fuente: Comisión Europea del Banco Mundial (2005). Suministrado por el Ministerio de Economía y Producción de la Nación.
Moneda: USD = Dólares estadounidenses.

Debido, en gran parte al costo de la mano de obra, la evolución de la distribución de la producción mundial de la confección, ha sufrido modificaciones sustanciales. Es notable el avance de la participación de los países asiáticos en el mercado mundial. En el año 1980 Europa representaba el 48% de la producción mundial de la confección, en el año 1998 esta participación descendía al 21%. En sentido contrario y en el mismo período, la cuota de los países asiáticos aumentó notablemente del 27% al 50%, correspondiendo la mitad de este crecimiento a China, que incrementó su participación entre los años 1980 y 1995 del 15,2% al 24,9%. Los países americanos también registraron un crecimiento importante durante las dos últimas décadas, que llevó su participación en 1998 a casi el 26%⁴³.

En el gráfico podemos apreciar la distribución de la producción mundial:

⁴² Op. Cit. 41.

⁴³ Op. Cit. 29.



Fuente: ONUDI (Observatorio Europeo para los Textiles y la Confección). Bruselas, 2003. Suministrado por el Ministerio de Economía y Producción.

Los empresarios del sector sostienen que es imposible competir con productos provenientes de Oriente por las políticas de estado que aplican estos países, que fomentan sus exportaciones a través de subsidios, exenciones y condiciones laborales precarias con bajos salarios y ausencia de cobertura social y previsional⁴⁴.

Si bien las ventajas competitivas que brinda importar ropa de Oriente son aprovechadas por muchos países, en el caso de Argentina se trata de importaciones complementarias. No cualquier producto se manda a fabricar a Oriente, debido a que es necesario producir a gran escala para que al empresario le resulte beneficioso. Además de los grandes volúmenes que lo justifiquen, para que sea conveniente tercerizar la fabricación en Oriente, se requiere de una buena planificación de la producción⁴⁵.

⁴⁴ Op. Cit. 41.

⁴⁵ Op. Cit. 32.



Los productos de origen chino les permiten a las marcas abaratar sus costos y así compensar con productos nacionales que son más caros. De esta manera se amplía la oferta y se puede hacer un mix de precios.

3. Talleres de confección

La tercerización en la industria de la indumentaria no es privativa de Argentina, sino que se ha copiado el modelo de producción vigente en el mundo para esta actividad. La realidad de cada país es muy heterogénea, pero el problema es el mismo. Hay tres países americanos que utilizan el mismo modelo de pequeños talleres aislados, ocultos y clandestinos: Colombia, Brasil y Argentina.

En el resto de América, como en México, Perú y el Caribe, así como también en Asia, la manufactura de ropa se hace en las denominadas “**Maquilas**”. Se trata de grandes galpones, donde trabajan miles de operarias, en su mayoría son mujeres, con buenas condiciones de seguridad e higiene, donde se producen prendas para exportar. Los empleados cobran su sueldo en forma legal y tienen todos los beneficios sociales correspondientes. Pero no tienen derecho a sindicalizarse, hay problemas de discriminación, tienen jornadas laborales excesivas, y salarios extremadamente bajos. Este modelo no existe en Argentina, donde la producción se realiza mediante pequeños talleres diseminados por todo el territorio nacional.

Las diferencias entre el modelo de Maquila y el modelo argentino de talleres son:

- Las Maquilas producen para exportar, mientras que los talleres producen para el consumo doméstico.



- Las Maquilas tienen su personal en forma legal, en contraposición con los talleres que tienen su personal en forma ilegal⁴⁶.

Las similitudes son que en ambos casos se exigen jornadas de trabajo excesivas y se remunera con bajos salarios.

En el modelo argentino, los talleres son establecimientos que se encargan de fabricar las prendas que luego son comercializadas por las empresas con sus respectivas marcas.

Dentro de los talleres debemos hacer la siguiente clasificación:

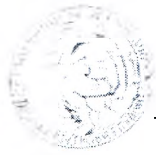
- **Talleres informales:** son talleres no habilitados y/o con trabajadores que no se encuentran en una relación de dependencia legal.
- **Talleres clandestinos:** son talleres en los cuales se utiliza mano de obra indocumentada, generalmente de origen boliviano, que suele ser explotada y en los cuales no existe una relación de dependencia legal⁴⁷.

Se estima que existen por lo menos 3.000 establecimientos que confeccionan indumentaria en forma clandestina, en los cuales trabajan alrededor de 25.000 personas en Capital Federal y el Conurbano bonaerense.

Con la recuperación económica en nuestro país, que se produjo en el período 2003 - 2008, comenzó a advertirse un proceso de inmigración muy fuerte de países limítrofes, principalmente de Bolivia hacia la Ciudad de Buenos Aires, asociado también al creciente número de talleres de confección de prendas ubicados en esta ciudad.

⁴⁶ Entrevista María D´Ovidio, Interrupcion Net. 08/01/09.

⁴⁷ Op. Cit. 14.



A los talleres se les atribuía la existencia de relaciones de servidumbre y de explotación laboral como consecuencia de la falta de documentación de los inmigrantes y por los efectos de las deficiencias de la antigua Ley de Migraciones vigente en la década del setenta.

Cuando se efectuaban las denuncias, las víctimas no sólo eran afectadas por la pérdida de su fuente de trabajo sino que también eran deportadas automáticamente, tal como indicaba la Ley de Migraciones⁴⁸.

En el año 2004, se sancionó la Ley 25.871 de Migraciones que define la migración como un derecho humano esencial y establece una serie de medidas de protección sobre el inmigrante, cualquiera fuera su condición. Suma el derecho a la educación, asistencia social, salud y trabajo. Esta norma jurídica rige la admisión, el ingreso, la permanencia y el egreso de personas⁴⁹.

Debido a que en la actividad de la confección, se requiere mano de obra intensiva, el costo de la misma representa el 80% de la facturación del taller; razón por la cual el pago de las cargas sociales del personal representa un elevado costo para los talleristas⁵⁰.

Con respecto a la modalidad de producción utilizada, por ejemplo en Pergamino (Provincia de Buenos Aires) hay muchas mujeres en sus casas trabajando con una máquina de coser. Son personas que no cobran sus salarios en forma legal, ni tampoco facturan sus servicios, por lo tanto no están aportando para poder acceder a una jubilación en el futuro y tampoco gozan de los beneficios de una obra social.

Recientemente muchos talleres se están trasladando fuera de la Capital Federal, en el conurbano bonaerense, debido a que no hay inspecciones. Uno de los municipios

⁴⁸ Op. Cit. 14.

⁴⁹ Ley de Migraciones 25.871 (Art. 1).

⁵⁰ Op. Cit. 35.



en el que se han instalado numerosos talleres, es Merlo (Provincia de Buenos Aires). También en la ribera del río Reconquista, en lugares descampados, hay talleres. Son casos de establecimientos que anteriormente estaban en Capital Federal, pero como la Municipalidad comenzó a pedirles una habilitación para funcionar, entonces se mudaron al conurbano⁵¹.

La situación de los talleres es crítica, a pesar de ello, no había conocimiento por parte de la sociedad de lo que ocurría hasta que se produjo un incendio, a través del cual la gente comenzó a tomar conocimiento.

El 29 de marzo de 2006 se produjo un incendio en el primer piso de una casa ubicada en la calle Luis Viale en Caballito, Capital Federal. Fallecieron cuatro niños, una mujer y un hombre, de nacionalidad boliviana. Según el Ministerio de Seguridad del Gobierno porteño, el taller estaba habilitado. En el lugar habitaban los trabajadores.

Es frecuente que en los talleres habite el mismo personal que trabaja en él. Esto se debe a que la mano de obra es, en su gran mayoría boliviana. La idiosincrasia de este pueblo es de no separar al núcleo familiar, razón por la cual viajan todos los miembros de la familia a Argentina y viven en las condiciones que pueden. Debido a que trabajan la mayor parte del día y, por otro lado, no tienen donde vivir, acuerdan con los dueños del taller, de morar en el mismo taller⁵².

La tragedia del taller de Luis Viale marcó un antes y un después para el sector de indumentaria, tanto para las autoridades como para la opinión pública. La gestión actual del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires reestructuró las direcciones de trabajo interno, organizando un sistema de recepción de denuncias y de inspecciones y recuperó la competencia de policía del trabajo.

⁵¹ Entrevista María F. Soria - PHVS – Especialistas RSE, 05/11/08.

⁵² Op. Cit. 51.



Hacia fines de 2004, surgió la Unión de Trabajadores Costureros de la cooperativa 20 de Diciembre La Alameda. Esta organización a raíz de su trabajo social desde la crisis de 2001, tenían un comedor al cual asistían los hijos de quienes trabajaban en los talleres de la zona, tomaron contacto directo con personas que estaban siendo víctimas de explotación laboral en talleres de confección.

La Alameda comenzó a ser el espacio comunitario articulador y receptor de las problemática del sector en el barrio por ser el epicentro geográfico de los terribles incidentes sufridos en los talleres clandestinos, y por concentrarse allí una gran mayoría de talleres de estas características.

Asimismo la colectividad boliviana, cuyo referente comenzó a ser La Alameda, fue adquiriendo mayor participación y su situación se fue exponiendo cada vez más a la opinión pública. A partir del trabajo de la cooperativa, se obtuvo un listado de 70 talleres que confeccionaban prendas para marcas muy importantes del mercado interno.

La problemática de los talleres se debe principalmente a que tanto los empresarios como los talleristas tienen como objetivo reducir costos, pero los dueños de los talleres no sólo operan en forma irregular para que el negocio resulte más rentable, sino que además ignoran muchos aspectos legales que deben cumplir⁵³.

4. Tercerización de Tercerización

La tercerización en talleres se desarrolla de la siguiente manera: las empresas-marcas proveen los moldes y el género cortado por pieza a los talleristas intermediarios, para que éstos confeccionen la prenda. Los productos de indumentaria, además, suelen tener pequeñas partes llamadas avíos, lo cual

⁵³ Entrevista Graciela Naum, 25/11/08.



requiere de una gran variedad de especialidades que son realizadas por talleres particulares más pequeños.

Esto implica que el tallerista intermediario subcontrata a otros talleres o trabajadores a domicilio para realizar esas tareas. Por otro lado los talleres más pequeños, a veces también requieren subcontratación de trabajadores a domicilio. Al final de toda la cadena, el tallerista intermediario es el responsable último de entregar las prendas encargadas a la empresa dadora de trabajo⁵⁴.

La tercerización de la tercerización constituye otro problema en el mundo del outsourcing de la indumentaria en nuestro país. Esto se genera por la falta de capacidad o de especialización de un taller determinado para llevar a cabo la manufactura. En muchos casos la empresa que contrata un taller para tercerizar la fabricación, no sabe de la existencia de esta subcontratación.

Si el empresario no tiene intención de infringir la ley, sino que por el contrario terceriza en un taller legal, pero éste a su vez, envía a otro taller que puede no estar en regla, el empresario es solidariamente responsable, con lo cual puede verse implicado sin saberlo.

5. Feria La Salada

Además de los centros de comercialización comunes, como ser shoppings, galerías o locales en las calles, también hay ferias en las cuales hay puestos que venden ropa, calzado u otros productos. En general se trata de falsificaciones que imitan las grandes marcas, aunque en algunos casos también se comercializan productos originales. Se estima que del total de ropa que se comercializa en Argentina, el 50%

⁵⁴ Op. Cit. 14.



se vende en forma ilegal⁵⁵. Estas ferias operan sin facturar sus ventas y con empleados que no cobran sus salarios en forma legal. Tampoco cuentan con habilitación municipal.

La feria más grande de Argentina y de América Latina, es La Salada, la cual se encuentra a la vera del Riachuelo, en un predio de veinte hectáreas, ubicado en Lomas de Zamora (Provincia de Buenos Aires).

Desde La Salada se abastecen a 300 ferias del resto del país y en cada jornada llegan aproximadamente 500 ómnibus con personas para hacer compras. A pesar de no ser un centro comercial legal, posee página web: www.ferialasalada.com.ar

La Salada comenzó en 1991 con 100 puestos atendidos por personas de nacionalidad boliviana, quienes vendían productos fabricados por ellos mismos en terrenos abandonados de la localidad lomense de Ingeniero Budge, que en la década del cincuenta estaban acondicionados como balnearios. El negocio resultó redituable, con lo cual cuando llegaron a las 430 personas armaron Urkupiña S.A., que luego se dividió en Cooperativa Ocean y Punta Mogotes S.A.⁵⁶.

La feria está instalada en la ribera sur del Riachuelo, en el Partido de Lomas de Zamora, Provincia de Buenos Aires. Actualmente el complejo comprende tres ferias: Ocean, Punta Mogotes y Urkupiña. Las dos primeras legalizadas en 2009, con lo cual sus puesteros pagan 25 pesos por mes en concepto de Ingresos Brutos. La tercera continúa ilegal.

Las tres ferias agrupan un total de 10.000 puestos donde se venden, a precios muy bajos, zapatillas, jeans, equipos deportivos, ropa interior, CD, relojes, mochilas y carteras. La mayoría de los visitantes son comerciantes minoristas que compran allí y luego venden los productos en locales habilitados legalmente.

⁵⁵ Héctor Kolodny, Director Ejecutivo de la Cámara de la Indumentaria.

⁵⁶ Talleres textiles, una forma de esclavitud moderna – Diario Clarín, 12/04/09.



Funciona en el horario de cero a 8 horas de la mañana, los días jueves y domingos. Se estima que la visitan 400.000 compradores por mes de todo el país. En las provincias existen tours de compras a La Salada, a los cuales asisten tanto consumidores minoristas como compradores mayoristas, que luego revenden la mercadería en sus locales. Según La Cámara de la Indumentaria, en el lugar se comercializan aproximadamente 1.200 millones de pesos cada año y en Argentina se fabrican anualmente 250 millones de prendas en forma ilegal, lo que representa una evasión fiscal de 2.000 millones de pesos. Según la Unión Europea La Salada moviliza 133 millones de peso al mes, mientras que según el CAME (mediana empresa) son 165 millones de pesos⁵⁷.

Se estima además que el mercado marginal de prendas, compuesto por vestidos de contrabando y falsificados, mueve por año más de 1.500 millones de pesos, que representa el 50% de las ventas anuales.

Según el diario Clarín, en marzo de 2009 hubo un operativo de Rentas de la Provincia de Buenos Aires. Se realizó un operativo de detección de evasión fiscal y de procedencia de mercadería en la feria, en la cual se estimaba que el 90% de los puestos presentaba alguna irregularidad. La Policía bonaerense y Arba (Administración de Rentas de la Provincia de Buenos Aires) desalojaron aproximadamente 3.000 puestos ilegales⁵⁸.

⁵⁷ Op. Cit. 56.

⁵⁸ Op. Cit. 56.



6. Causas que originan la tercerización

La característica fundamental de la industria de la indumentaria es que las empresas-marcas no fabrican sus colecciones, sino que tercerizan las mismas en pequeños talleres, denominados “talleristas”.

Los motivos para practicar la tercerización en la industria de la indumentaria son diversos y son inherentes a esta actividad. Analizando el sector de indumentaria en nuestro país, se observaron las siguientes causas para aplicar el outsourcing:

1) Alto grado de diversidad en la oferta:

En los últimos años las empresas no se especializan en una sola clase de producto, sino que ofrecen una amplia gama de ellos. Por ejemplo una empresa no solo ofrece pantalones de jean, sino que también comercializa sweaters, carteras, accesorios. Debido a que una empresa no puede especializarse en todo lo que comercializa, para poder lograr diversidad en la oferta, es necesario mandar a manufacturar todo aquello que no produce.

2) Alto grado de especialización:

Según las características de cada prenda, se necesitan distintos tipos de maquinarias, gente especializada y materias primas específicas. Si la estrategia de una firma es ofrecer productos de calidad, no puede producir todo lo que vende, sino que necesita tercerizar parte o toda su producción.

3) Mayor eficiencia:

Al enviar la producción a talleres especializados en determinado tipo de confección, se garantiza una manufactura de mayor calidad. El taller especializado tiene las



maquinarias adecuadas para esos tipos de prendas y la experiencia adquirida por la especialización.

4) Mano de obra intensiva:

Esta industria se caracteriza por la necesidad de contar con mano de obra intensiva. Pese a que en las últimas décadas se han producido algunos cambios en las tecnologías aplicables en ciertas etapas (particularmente en el corte), la industria continúa siendo, básicamente, de mano de obra intensiva (“una máquina, un operario”). Este requerimiento determina que la abundancia y calificación de la mano de obra constituyan una cuestión central para su desenvolvimiento. Por su parte, en la industria textil un operario puede manejar varias maquinarias a la vez. Esta característica ocasiona que las empresas de indumentaria prefieran delegar la producción para evitar la gestión de los recursos humanos, tan numerosos en esta actividad⁵⁹.

5) Mayor flexibilidad:

Los cambios que se producen en la moda de una temporada a la otra y las diferentes características que tiene la ropa según la estación del año, requiere diferentes tipos de maquinarias para producir las prendas. Tercerizar la producción permite al empresario flexibilidad y adaptabilidad a los cambios.

6) Oportunidad de tener la propia empresa:

En los últimos años, nuestro país ha generado excelentes diseñadores de indumentaria, quienes comienzan a diseñar y confeccionar sus creaciones, tercerizando su producción en pequeños talleres de confección. Tienen la meta de

⁵⁹ Op. Cit. 41.



la marca propia y la manera de empezar con un microemprendimiento es utilizando la tercerización⁶⁰.

7) Reducción de costos y aumento de la competitividad:

La reducción de los costos es uno de los principales motivos para tercerizar, teniendo como objetivo lograr una mayor competitividad. Mediante el outsourcing se busca disminuir los costos fijos e incluso convertir costos variables en fijos. La mano de obra contratada por los talleres es muy barata, debido a que no se trata de mano de obra especializada. Por otro lado hay muchos trabajadores que perciben sus salarios no forma no legal, lo cual genera un gran ahorro a los empresarios.

7. Fortalezas y Debilidades

Al analizar la tercerización en la industria de la indumentaria y las causas que la originan, podemos determinar sus fortalezas y debilidades.

Entre las fortalezas podemos enumerar las siguientes:

- Una liberación de recursos y del capital destinado a la actividad;
- La delegación de una parte importante de la gestión de procesos y la consecuente reducción de la carga administrativa y del capital humano afectado a estas tareas;
- El incremento de la flexibilidad y de la capacidad de respuesta frente a los cambios del mercado;

⁶⁰ Op. Cit. 28.



- La colocación de los procesos bajo la responsabilidad de un especialista;
- La obtención de beneficios adicionales a partir del desarrollo de sinergias entre el cliente y el operador;
- Un mejor control sobre los costos del proceso logístico;
- La transformación de costos fijos en variables.

Con respecto a las debilidades, tenemos:

- Pérdida del control sobre las áreas delegadas y de los canales informales de contacto con los clientes y/o proveedores;
- Posibilidad de filtración de información desde el operador hacia la competencia;
- No obtener la calidad o el diseño deseado, por falta de mano de obra capacitada o especializada en el taller⁶¹.

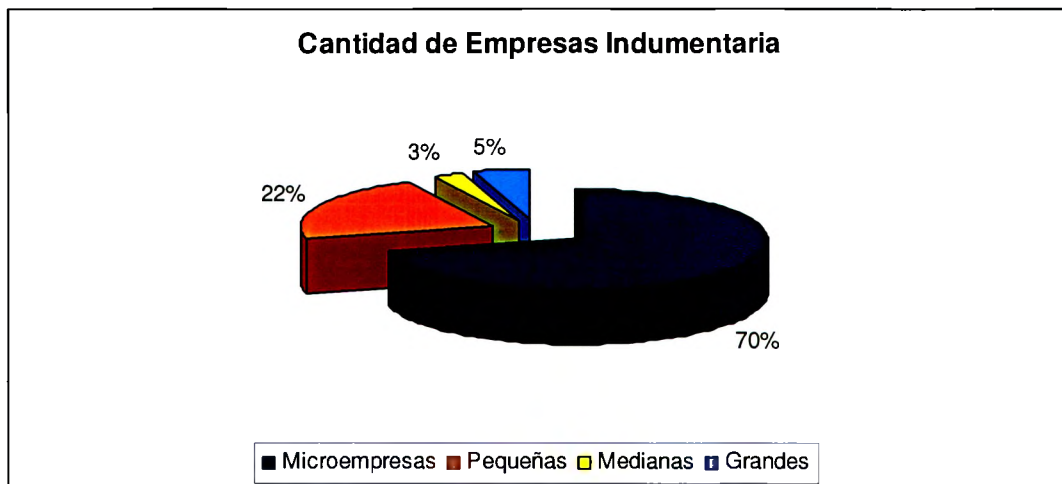
8. Estimaciones de la Industria de la Indumentaria Argentina

Debido al alto grado de informalidad del sector, no hay datos estadísticos certeros, sino que hay estimaciones. La Cámara Industrial Argentina de Indumentaria hace una clasificación, considerando Microempresas las que poseen hasta 5 empleados; Pequeñas de 6 a 40; Medianas de 41 a 150 y Grandes las que tienen más de 151 empleados.

⁶¹ Op. Cit. 28.



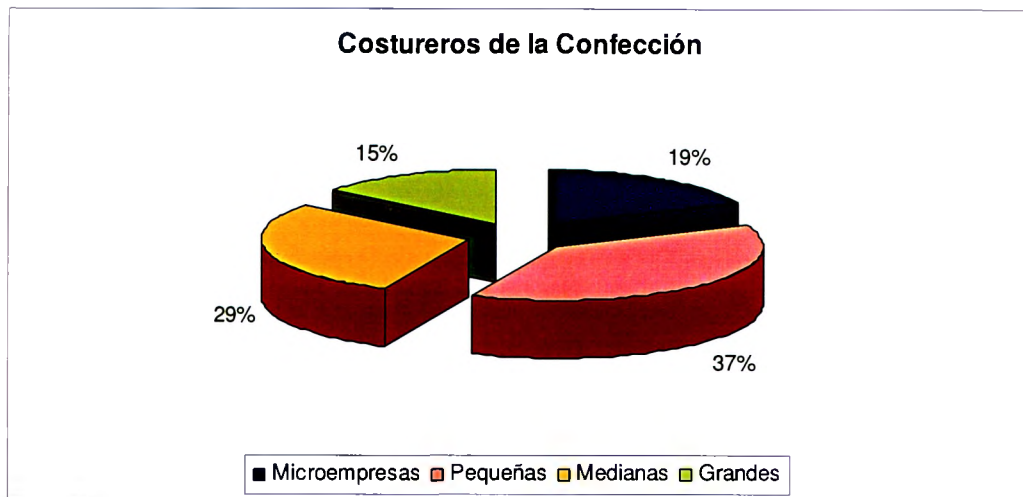
Siguiendo esta clasificación, la composición del sector de indumentaria en Argentina es la siguiente:



Fuente: Cámara de la Indumentaria - Extraído de Quién es Quién en la cadena de valor del Sector de Indumentaria (María D'Ovidio – Mayo 2007).

En el gráfico podemos observar una de las principales características de la actividad: la alta atomización. El 70% de las organizaciones dedicadas a la costura, son microempresas, es decir poseen hasta 5 operarios como máximo. Esta característica se basa en la carencia de barreras de entrada a la actividad.

El análisis también efectuado por la Cámara respecto a la cantidad de empleados que se desempeñan en cada una de las empresas anteriormente mencionadas, puede distribuirse de la siguiente manera:



Fuente: Cámara de la Indumentaria - Extraído de *Quién es Quién en la cadena de valor del Sector de Indumentaria* (María D'Ovidio – Mayo 2007).

En el gráfico se puede observar que las microempresas poseen el 19% del total de los costureros y las pequeñas el 37%. Las grandes sólo el 15%, la menor parte. El motivo por el cual siendo grandes organizaciones empleen la menor porción de mano de obra, se debe a que tercerizan el total de su producción en pequeños talleres.

Según los datos suministrados por la Cámara, se calcula que en el sector hay alrededor de 194.900 empleados, del cual el 55% trabaja en talleres. De este porcentaje a su vez, se estima que el 80% no percibe su salario en forma legal.

Al analizar el PBI (Producto Bruto Interno) del sector, en el período 1993-2003 (a precios de 1993), el mismo se ha contraído un 36%, a una tasa anual del 4% y consiguientemente se ha reducido su participación en el PBI total, como puede observarse a continuación⁶²:

⁶² Op. Cit. 41.



Año	PBI Indumentaria (ARS)	PBI Indumentaria/PBI Total (%)
1993	1.627,4	0,7
1994	1.730,5	0,7
1995	1.514,3	0,6
1996	1.668,4	0,7
1997	1.639,9	0,6
1998	1.512,4	0,5
1999	1.291,2	0,5
2000	1.149,7	0,4
2001	1.026,8	0,4
2002	725,0	0,3
2003 (*)	1.044,7	0,4

Fuente: CEPAL: "Evaluación de un escenario posible y deseable de reestructuración y fortalecimiento del complejo textil argentino". Suministrado por el Ministerio de Economía y Producción.

Moneda: ARS: Pesos argentinos.

(*) 2003: Última fecha disponible.

No existiendo producción nacional de maquinarias básicas para la confección, las importaciones de este tipo de bienes constituyen un buen indicador del comportamiento de la inversión en el sector. A continuación puede observarse la evolución de las importaciones desde 1994 hasta 2004⁶³:

Año	Monto (Valor CIF - USD)
1994	23.854
1995	8.971
1996	15.598
1997	21.924
1998	19.742
1999	12.393
2000	9.742
2001	10.117
2002	1.273
2003	9.336
2004 (*)	21.297

⁶³ Op. Cit. 41.



Fuente: FADIT (Federación Argentina de la industria textil). Suministrado por el Ministerio de Economía y Producción.

Moneda: USD. Dólares estadounidenses.

Valor CIF: Cost, Insurance and Freight (Costo, Seguro y Flete).

(*): 2004: Última fecha disponible.

Los cálculos aproximados referidos a la cantidad de talleres formales e informales se detalla en el cuadro expuesto a continuación:

Empresas-Marcas del Sector Indumentaria	
Talles Formales	Talleres Informales
2.000 Talleres y Talleristas	5.000 Talleres estimados en la Ciudad de Buenos Aires
Trabajadores en el marco de la Ley	3 de cada 4 trabajadores no están registrados
Se estima que sólo entre el 10% y el 20% de la producción de indumentaria se realiza en talleres formales.	Se estima que entre el 80% y el 90% de la producción de indumentaria se realiza en talleres informales y clandestinos

Fuente: Cámara de la Indumentaria - Extraído de Quién es Quién en la cadena de valor del Sector de Indumentaria (María D'Ovidio – Mayo 2007).

En cuanto a la ubicación geográfica de los establecimientos industriales, sabemos que están dispersos a lo largo de todo el territorio nacional. Sin embargo hay zonas donde se concentran algunas especialidades, en el siguiente cuadro se exponen las mismas:



Zona geográfica	Producción
Capital Federal	Todo tipo de confección.
Rosario	Todo tipo de confección.
San Martín (Gran Buenos Aires)	Todo tipo de confección, en especial tejido de punto.
Pergamino	Lavadero de jeans y todo tipo de confección.
Mar del Plata	Tejidos.

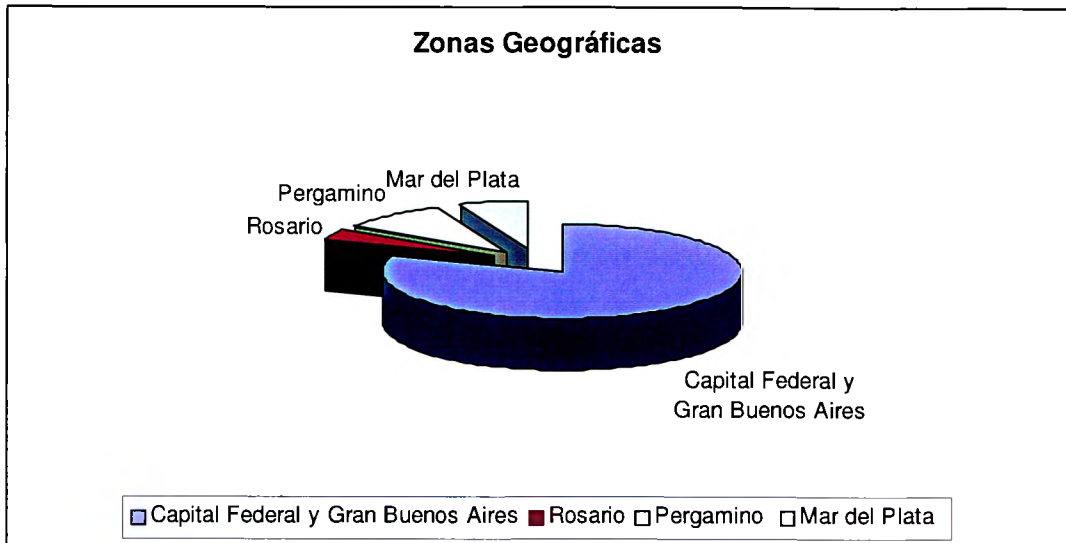
Fuente: Elaboración Propia

En estas ciudades hay pequeños talleres que producen prendas de todo tipo, tanto para marcas reconocidas como para pequeños empresarios que no poseen marcas de renombre.

A pesar de la existencia de talleres y costureras trabajando en sus hogares por todo el país, el gran polo de confección se encuentra en la Capital Federal, en los barrios de Once, Flores y Caballito. Siendo esta zona geográfica el principal centro de confección de Argentina, de la cual se abastecen el resto de las provincias. A partir de la década del noventa, en esta zona se han instalado un gran número de talleres, constituyendo el principal centro de confección de Argentina, al cual asisten comerciantes de todas partes del país para adquirir mercadería que posteriormente es vendida en el resto de las provincias.

Dada la informalidad que caracteriza a esta actividad, no hay datos certeros. No obstante se estima que el 80% de la producción de costura se halla en la Capital Federal y el conurbano bonaerense, en Pergamino se halla el 10%, en Mar del Plata el 6% y por último en Rosario el 3,5%. Según estas estimaciones el 45% del trabajo de la industria del vestido está concentrado en Capital Federal y alrededores⁶⁴.

⁶⁴ Op. Cit. 41.



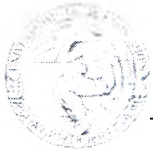
Fuente: Elaboración Propia

Se calcula que el 25% del trabajo de los talleres es comercializado en los shoppings⁶⁵. En 2009 se estima que 6 de cada 10 prendas que se producen en Argentina se fabrican de manera clandestina; es decir provienen del contrabando, la falsificación de marca o la fabricación no legal. En 2004, en pleno apogeo del consumo, se estima que 4 de cada 10 prendas se fabricaban de manera clandestina⁶⁶. Esto indica que en cinco años, la informalidad ha aumentado considerablemente en nuestro país.

Asimismo el número de afiliados al sindicato que nuclea a los trabajadores a domicilio es el Sindicato de Trabajadores Talleristas a Domicilio (S.T.T.A.D) era de 2.000 trabajadores en 2007 y se estima que existen más de 10.000 potenciales afiliados en todo el país, de los cuales 5.000 estarían en la Ciudad de Buenos Aires.

⁶⁵ Op. Cit. 41.

⁶⁶ Op. Cit. 56.



Aproximadamente cada tallerista emplea entre dos y siete obreros afiliados al Sindicato Obrero de la Industria del Vestido y Afines (S.O.I.V.A), que representa a los trabajadores formales del gremio de la confección. Este último tiene 16.032 afiliados en todo el país, provenientes de unas 2.000 fábricas-empresas-talleres registrados. Tomando el número estimado de 11.730 empresas que mencionamos anteriormente, los registros de sindicatos como el S.O.I.V.A ponen de manifiesto que aproximadamente un 17% de los empleados del sector se encuentra sindicalizado.

Se estima que los talleres de confección explican el 25% de la problemática del trabajo con fines de explotación laboral, mientras que 3 de cada 4 trabajadores del sector no están registrados. Los inmigrantes bolivianos víctimas de trata con fines laborales en Argentina se estima que son entre 100.000 y 130.000⁶⁷.

Se calcula que la evasión previsional en la última década alcanzó los 75 millones de pesos y la impositiva superó los 500 millones de pesos⁶⁸.

La industria del vestido creció en forma sostenida desde 2002 hasta 2008, aunque en los últimos meses del año 2008 se observó una desaceleración como consecuencia de la contracción en el consumo debido a la crisis financiera internacional. La necesidad de incentivar las ventas quedó de manifiesto cuando las firmas comenzaron a anunciar rebajas de hasta el 35% en el invierno 2009⁶⁹.

A pesar del fuerte incremento de la producción entre los años 2004 y 2008, la capacidad instalada no sufrió modificaciones. Permanece hasta la actualidad en torno al 80%, como consecuencia de las constantes inversiones que se realizaron en la actividad. El crecimiento de la inversión durante 2007 se ubicó en el orden del 15% y 20%.

⁶⁷ Op. Cit. 14.

⁶⁸ Op. Cit. 26.

⁶⁹ Op. Cit. 26.



9. Legislación Argentina

En Argentina el trabajo a domicilio está legislado. La ley vigente es la 12.713 de "Trabajo a Domicilio", que fue publicada en el boletín oficial el 12 de noviembre de 1941, y entró en vigencia el 5 de octubre de 1942.

Según esta norma jurídica, el trabajo a domicilio puede dividirse en tres clases:

- a - "En la vivienda del obrero o en un local elegido por él, para un patrono, intermediario o tallerista, aún cuando en la realización del trabajo participen los miembros de la familia del obrero, un aprendiz o un ayudante extraño a la misma".
- b - "En la vivienda o local de un tallerista, entendiéndose por tal el que se hace elaborar, por obreros a su cargo, mercaderías recibidas por un patrono o intermediario, o mercaderías adquiridas por él para las tareas accesorias a las principales que hace realizar por cuenta ajena."
- c - "En establecimientos de beneficencia, de educación o de corrección."

A su vez en la reglamentación de la Ley se contemplan las siguientes figuras:

- **Trabajo a Domicilio**, el realizado por el obrero en su vivienda, o local a elección, o en la vivienda o local de un tallerista, para un patrono intermediario o tallerista.
- **Patrono**, al que se dedique a la elaboración o venta de mercaderías el cual encarga trabajo a un obrero a domicilio, tallerista o intermediario.
- **Intermediario**, aquel que por encargo de un patrono hace elaborar mercadería a un tallerista u obreros a domicilio.



- **Tallerista**, el que participando o no de las tareas, hace elaborar con obreros a su cargo, mercadería recibida de un patrono o intermediario, o mercadería adquirida por él para elaborar por encargo de los mismos si esta actividad es complementaria de la anterior. Siendo considerado como obrero a domicilio, con relación al dador de trabajo, y como patrono, sujeto a las obligaciones que le imponen las Leyes de trabajo y esta reglamentación específica, con relación a los obreros de su taller.
- **Tallerista-Intermediario**, el que actúa a la vez como tallerista y como intermediario. Es considerado como patrono que da trabajo a domicilio con relación a los talleristas y obreros a domicilio a quienes encarga trabajo, y como obrero a domicilio, con relación al dador de trabajo.
- **Dador de Trabajo a domicilio**, es el patrono, intermediario, tallerista o tallerista intermediario.
- **Obrero a Domicilio**, el que bajo su propia dirección, ejecuta en un lugar a elección las tareas destinadas a elaborar mercadería por encargo de un patrono o intermediario⁷⁰.

Según la Ley, la figura del tallerista es doble: por un lado, es considerado como un obrero a domicilio en relación al dador de trabajo, y por otro, como patrono en relación a los obreros, quedando sujeto a las obligaciones que le imponen las Leyes del trabajo y la reglamentación de la Ley 12.713.

Del artículo 5 al 14 se establecen las condiciones de trabajo a través de la responsabilidad solidaria de patronos e intermediarios. El contratista debe tener habilitación. Los que den trabajo a domicilio deben tener un libro autorizado y rubricado en el que se registre la identidad y cantidad de obreros, la descripción del

⁷⁰ Reglamentación Ley 12.713 (Art. 2).



trabajo encargado, las tarifas y salarios acorde a la categoría del trabajador, número, marca o rótulo del trabajo efectuado y los motivos de la suspensión y/o reducción del trabajo.

Asimismo, los obreros deben gestionar una libreta, que les suministrará su empleador, en la que se anotarán las constancias de trabajos realizados. Los artículos que se entreguen para ser elaborados a domicilio deben tener un rótulo con una marca que lo identifique, coincidente con la información vertida en el libro rubricado. Los lugares de trabajo deben reunir las condiciones de seguridad e higiene determinadas por la autoridad correspondiente; si no lo cumplieran, podrían ser clausuradas con excepción de la vivienda del obrero, que sólo puede serlo ante la existencia de enfermedades infectocontagiosas. La autoridad de aplicación se reserva el derecho de prohibir determinados tipos de trabajo que pudieran poner en peligro "la vida, la moral o la salud de los obreros" (art.13).

El título III trata sobre la autoridad de aplicación y los organismos auxiliares de ejecución. En términos generales, corresponde a las autoridades determinar quiénes están habilitados para contratar o ejercer el trabajo a domicilio, organizar y controlar los registros patronales y obreros, así como de controlar que se cumplan las regulaciones vigentes en la norma a través del nombramiento de inspectores oficiales, constitución de comisiones de salarios, conciliación y arbitraje.

El título IV se refiere a las sanciones. Si bien la Ley no prevé sanciones penales serias, los artículos del 30 al 43 especifican las controversias y sanciones entre las partes. El artículo 32 aplica una multa para los empleadores que suspendan, reduzcan o supriman injustificadamente el trabajo, debiendo indemnizar al obrero. Serán multados aquellos talleristas, empresarios o intermediarios que hayan otorgado trabajo sin haber obtenido la licencia previa prevista en el Art. 5, así como a los que alteren los registros patronales u obreros, destruyan los rótulos y marcas de las mercaderías y se nieguen a exhibir los libros. Serán penados a prisión de 6



meses a 2 años aquellos empresarios, talleristas o intermediarios que a través de la violencia, intimidación, dádiva o promesa abonen salarios menores que los establecidos de acuerdo a la Ley, así como aquellos que destruyan o adulteren cualquier registro o documentación establecidos por esta norma⁷¹.

Debido a que el legislador no expresó claramente cómo iban a desarrollarse los controles, se dicta la Ley 265 en el año 2000. Esta norma organiza la policía de trabajo y la Ciudad celebra un convenio con el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTySS), mediante el cual éste le devuelve la competencia de policía a la Ciudad.

Sin embargo este convenio contenía un protocolo adicional por el que el MTySS se reservaba la competencia de aplicación de Ley de trabajo a domicilio, impidiendo así que la Ciudad pudiera intervenir en los talleres regulados por la Ley. Esto implicaba que pese a la vigencia de la Ley 12.713, no existía una adecuada supervisión de las relaciones entre los talleres y las Empresas-marcas, por cuanto no existía un mecanismo de inspecciones que vigilara su cumplimiento. El MTySS no tenía organizado un cuerpo de inspectores que pudiera hacer frente al fenómeno de los talleres clandestinos y su relación con las marcas comprometidas⁷².

Durante más de diez años, mediante un reglamento específico firmado por el MTySS y la Ciudad, el MTySS fue quien ejerció el poder de policía, siendo esta facultad propia de la Ciudad. En enero de 2007 se firmó el convenio de coordinación en el ejercicio de las funciones entre el MTySS y la Ciudad en materia inspectiva, donde el primero tiene solamente la supervisión y coordinación, sin facultades directas de las inspecciones policiales. En el ámbito de la Ciudad, la fiscalización de la Ley así como la ejecución de la policía de trabajo, depende actualmente de la Subsecretaría de Trabajo, Empleo y Formación Profesional.

⁷¹ Ley 12.713 - Trabajo a Domicilio.

⁷² Op. Cit. 14.



Uno de los aspectos más conflictivos de la Ley es la ambigüedad de la figura del tallerista: éste podría ser considerado empresario por ciertos aspectos como por el volumen de facturación y la cantidad de empleados-obreros que tienen a su cargo, mientras que por otro lado no puede serlo, ya que no asume riesgos empresarios, no es generador de trabajo ni tampoco comercializa los productos.

La citada ambigüedad, llevó a la gran mayoría de los micro emprendimientos de mano de obra intensiva a no poder constituirse legalmente en Argentina. Estos establecimientos no pueden registrarse y tampoco el personal que emplean debido que, al amparo de dicha norma, los talleristas no son considerados empresarios, sino meros actores dependientes de los dadores de trabajo.

Ese tallerista a su vez, puede subcontractar, pero es tratado como un empresario particular. Habrá control sobre este tallerista importante, puede tener más de veinte empleados, y tiene el carácter de empresario, por lo tanto su personal debe estar en relación de dependencia. Actualmente el sector se maneja de manera totalmente informal. No se hacen contratos entre las partes, tallerista y empresario. En muchos casos tampoco hay facturación⁷³.

Por iniciativa de la Cámara Argentina de la Indumentaria, existe un proyecto de ley para modificar la actual Ley de Trabajo a Domicilio. Este proyecto no provocaría demasiados cambios, simplemente genera un vínculo entre la marca y el taller, a través de un contrato de servicios, de esta manera el empresario es solidariamente responsable. Hasta la fecha el proyecto no ha sido tratado en el Congreso de la Nación⁷⁴.

⁷³ Op. Cit. 32.

⁷⁴ Op. Cit. 28.



10. Responsabilidad Social Empresaria

La Responsabilidad Social Empresaria (de ahora en más denominada RSE), se refiere al compromiso de las empresas con el medio ambiente, los derechos humanos, los derechos laborales de sus trabajadores, los valores éticos y de transparencia, el comercio con un precio justo, el trato con la sociedad en donde interactúan, el sometimiento a la legislación vigente.

En nuestro país, en la industria de la indumentaria hay tres ejes centrales:

- La problemática social que esto genera.
- El cuidado del medioambiente.
- Las consecuencias económicas para los empresarios de la indumentaria.

En Argentina se producen crisis recurrentes, lo cual ocasiona la inexistencia de una planificación de la producción a largo plazo. Como consecuencia de la falta de un debido planeamiento, los talleres trabajan horas excesivas y, a su vez, el personal tiene períodos de tiempo en los cuales permanece sin trabajo. Esto suele suceder en los cambios de temporada, cuando ya se ha fabricado toda la colección de la estación entrante y todavía no se comienza con la producción de las prendas de la estación siguiente.

La falta de decisión estratégica por parte de los empresarios, que esperan obtener beneficios en el corto plazo, hace que no se planifique a largo plazo. El resultado es que se producen meses en los cuales no se fabrican prendas, en parte debido a la estacionalidad propia de la actividad, pero también debido a la carencia de planificación estratégica, que origina falta de continuidad laboral. Esto origina que los operarios sean suspendidos o despedidos y deban salir a buscar empleo en otros talleres.



El cumplimiento de la legislación vigente es un aspecto de la RSE, pero no es todo. Las organizaciones entienden la RSE como el cumplimiento de la ley, la realización de actividades de voluntariado o el cuidado de la ecología. Sin embargo también es necesario el cuidado del personal, que trabajen en condiciones salubres e higiénicas, que gocen de los derechos laborales y humanos que merecen.

Las empresas-marcas tienen parte de la responsabilidad de que los empleados no trabajen en forma legal y con las condiciones de salubridad que deberían existir. Muchos trabajadores carecen de los derechos laborales básicos, seguridad social y condiciones de seguridad e higiene. A su vez, el tallerista también es responsable debido a que también terceriza.

Paradójicamente el problema no radica en la presunta escasez de regulaciones, dado que Argentina cuenta con un extenso plexo normativo. Según datos de la Organización Internacional del Trabajo (O.I.T.), Argentina ratifica 72 convenios de trabajo, a diferencia de países como Canadá, Estados Unidos o Japón que no superan las 50 ratificaciones.

Como se ha mencionado al comienzo de este trabajo, el problema de la informalidad en la industria de la indumentaria no es privativo de Argentina, sino que es un problema mundial. Por tal motivo en Europa existen organizaciones que trabajan para mejorar la situación, evitando la existencia de trabajadores en malas condiciones de trabajo. En Holanda, hay una organización que se denomina Made by, cuya misión se basa en un concepto “el rostro detrás del producto”. Esto implica la posibilidad de poder conocer cómo fue confeccionada una prenda, si se manufacturó en un taller legal.

Esta organización, desde el año 2006, brinda un servicio mediante el cual las prendas de alta costura se identifican con un botón azul en la parte interior de la misma. Este botón tiene un código de barras, si el consumidor ingresa en la página



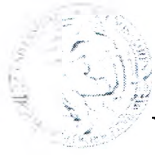
web de Made By (www.made-by.org), tiene la posibilidad de obtener información acerca de qué empresa fabricó cada una de sus partes (mangas, bordados, etc). El botón azul no es obligatorio, se creó a raíz de la demanda de los consumidores, quienes mostraron interés en saber qué sucedía con la fabricación de indumentaria.

A nivel mundial, dentro del sector de la indumentaria, una de las organizaciones no gubernamentales que más presión ejerce con su difusión por los derechos laborales es la “Campaña Ropa Limpia”/CRL (Clean Clothes Campaign/CCC). A partir de denuncias documentadas y de campañas publicitarias, alertan a la opinión pública, concientizan a los consumidores.

La CRL/CCC no sólo ejerce una incidencia fuerte en Europa, también ha denunciado a las fábricas maquilas en América, caracterizadas por someter a los trabajadores a condiciones injustas. Otras organizaciones como Maquila Solidarity Network, con base en Toronto y trabajo en el área de México y Centroamérica, ha obtenido progresos en comprometer a las grandes marcas mundiales, como Nike, Reebok y muchas otras, a tomar compromisos públicos de transparencia e información, cumplimiento de estándares laborales y ambientales, y corresponsabilidad asumida con todos sus proveedores en el mundo⁷⁵.

Para evitar la informalidad en la fabricación de la indumentaria hay certificaciones que validan que la empresa cumpla con determinados requisitos. Son iniciativas de organismos de acreditación de normas voluntarias sobre la responsabilidad social. La norma SA 8000 es una certificación internacional creada por S.A.I. (Social Accountability Internacional), hace alrededor de diez años. S.A.I. es una organización internacional que lucha por los derechos de las personas en el ámbito laboral, cuya misión es “Promover los derechos humanos de los trabajadores alrededor del mundo”.

⁷⁵Choren, Adrián G. : “Ropa Sucia Afuera” RSE en la Industria Textil. Buenos Aires, Septiembre 2007.



La certificación SA8000 es un estándar para mejorar las condiciones de trabajo. Algunos puntos de la norma son el cumplimiento con la legislación nacional, prohibición del trabajo forzado, prohibición del trabajo infantil, prohibición de discriminar, jornada limitada. Es una herramienta que sirve para auditar organizaciones de cualquier rubro, para validar que cumplan con las condiciones básicas para trabajar en un ambiente saludable y acorde al trabajo que se desarrolla.

Para poder certificar, la empresa-marca puede contratar una consultora especializada en RSE, quien se dedica a asesorar a la compañía. Luego los auditores del organismo certificador visitan las instalaciones para verificar que se cumplan con los estándares establecidos. Una vez que una empresa ha obtenido la certificación SA8000, esto le concede un reconocimiento ante sus compradores, proveedores y otras organizaciones.

En nuestro país hay empresas de indumentaria que se basan en los estándares de la SA 8000. Con este fin recurren a una consultora especializada que toma los estándares que indica la norma y los contrasta con su realidad. No siempre el objetivo de la empresa es certificar, sino que en algunos casos lo hacen para tener un conocimiento exhaustivo de las condiciones de calidad en las cuales están operando. En Argentina hay seis empresas certificadas con esta norma y ninguna es de confección.

Por otro lado, tener una certificación de RSE es una manera de jerarquizar la marca. Después del incendio de Caballito, algunas marcas comenzaron a interesarse por las políticas de RSE. Lo que más se valora es el valor intangible que genera la RSE. Los empresarios no quieren que se destruya en poco tiempo, lo que les costó muchos años construir: **la marca**⁷⁶.

⁷⁶ Op. Cit. 51.



A su vez, a nivel local, el INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial), ha creado una certificación que se denomina Compromiso Social Compartido. Está armada de acuerdo a los indicadores de SA 8000 y adaptado a la realidad argentina. El programa se lanzó en el año 2006 y hasta el momento es el único programa de certificación existente en Argentina.

El Compromiso Social Compartido para Empresas de Indumentaria, tiene como núcleo principal contribuir progresivamente, a la mejora de las condiciones de trabajo dentro de este sector. Por tal motivo se han añadido a los tradicionales conceptos de gestión de la calidad, los nuevos modelos de RSE, ya que no podría concebirse la “calidad” de un producto fabricado bajo condiciones laborales injustas. Asimismo se pretende que esta propuesta sea compatible con la búsqueda de una competitividad a largo plazo, y también que pueda ser incorporada por las organizaciones futuras de indumentaria.

Los principales aspectos del programa que deben cumplir las organizaciones que deseen obtener la certificación, son los siguientes:

- Condiciones laborales dignas:
 - Ausencia de trabajo infantil, trabajo forzado, violencia laboral, discriminación
 - Protección de los derechos del personal, remuneración legal, libertad sindical, ética laboral, capacitación profesional
- Cuidado de la seguridad y salud ocupacional
- Respeto por el medioambiente
- Impulso del desarrollo humano
- Lealtad comercial
- Evaluación del compromiso social de los talleres y proveedores
- Sistema de gestión para sostener el compromiso y promover la mejora



Estos son los cuatro requisitos mínimos que el INTI exige para el ingreso al programa:

- Ausencia de trabajo infantil
- Ausencia de trabajo forzado
- Trabajo registrado
- Adecuadas condiciones de seguridad e higiene

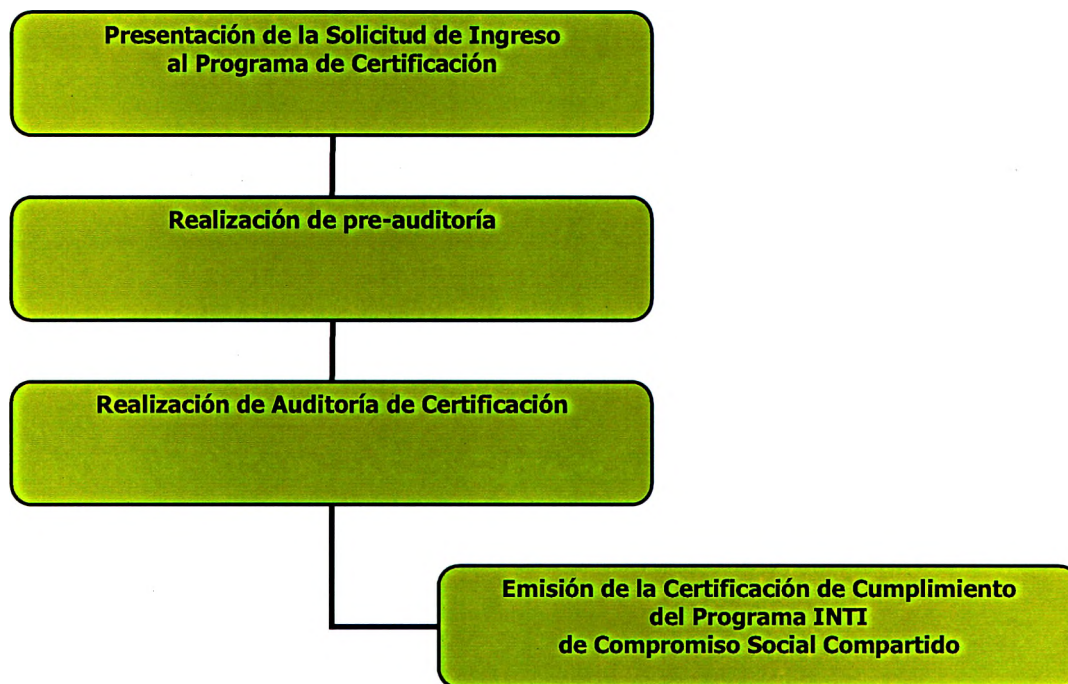
Para obtener la certificación, deben desarrollarse los siguientes pasos:

- 1) La empresa debe presentar la Solicitud de Ingreso al Programa de Certificación.
- 2) El INTI realiza una pre-auditoría para efectuar el diagnóstico inicial.
- 3) Una vez que el Diagnóstico ha sido determinado, se realiza una Auditoría de Certificación.
- 4) Si la empresa ha sido evaluada satisfactoriamente, se emite la Certificación de Cumplimiento del Programa INTI de Compromiso Social Compartido.
- 5) Posteriormente a haber obtenido la Certificación, periódicamente se supervisa a la empresa mediante auditorías.

A continuación se ilustra el proceso de certificación, el cual posee dos maneras de tramitarse. En el primer caso, se solicita directamente el ingreso al programa.



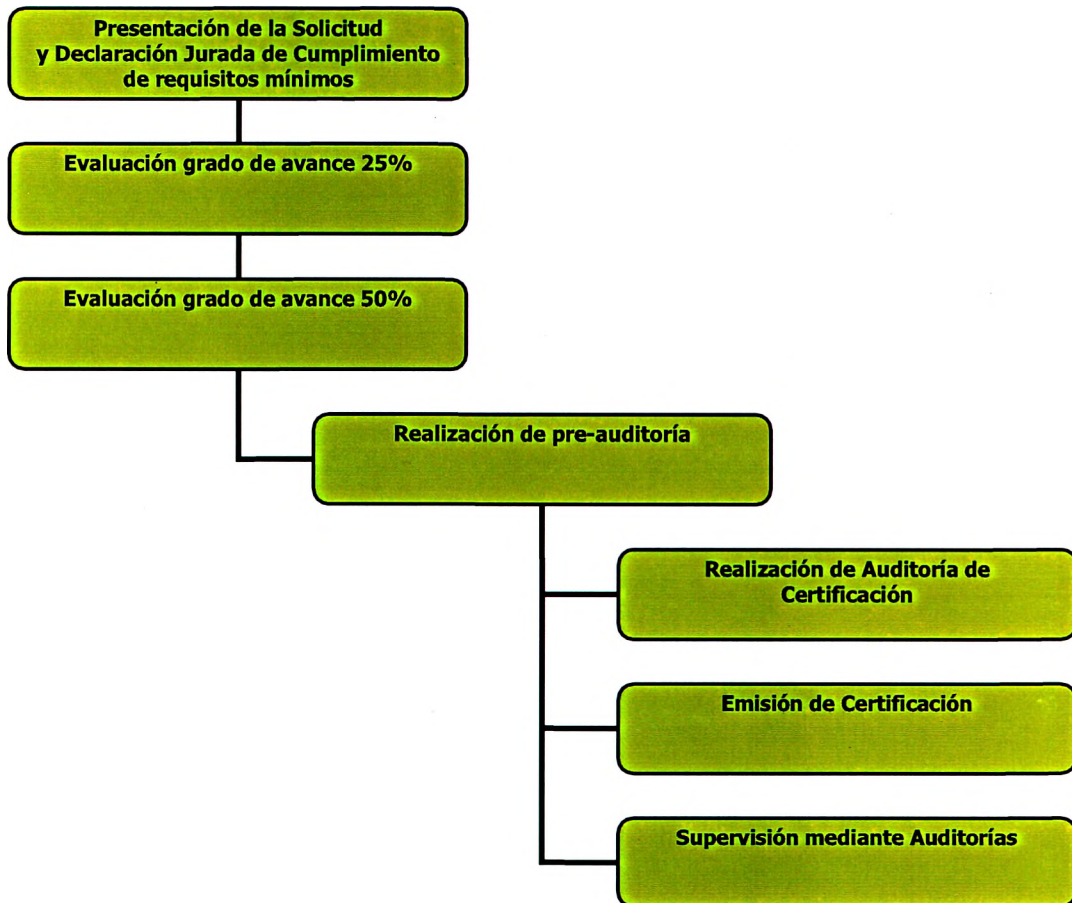
Proceso de Certificación



En el segundo caso, se presenta la solicitud de ingreso al programa y una Declaración Jurada en la cual se certifica que se cumple con los requisitos mínimos exigidos. En el diagrama que se desarrolla a continuación se muestra el procedimiento.



Sistema Progresivo de Certificación



Las auditorías para validar si se cumple con las exigencias del programa, son hechas por el INTI. Este programa hace foco en los requisitos básicos, el INTI va a los talleres y constata que la cadena de valor cumpla con las condiciones pertinentes de calidad.



Muchas empresas de indumentaria se han informado en el INTI sobre el programa, pero aun no hay ninguna certificada. Cuando el INTI comenzó, trató de identificar a qué nichos se podría orientar la certificación y se comenzó por el Estado. El INTI trabaja con el Ministerio de Defensa, ya que es un organismo público que consume indumentaria debido a los uniformes que necesitan las Fuerzas Armadas. Este Ministerio posee treinta y ocho proveedores de uniformes que cumplen con los cuatro requisitos mínimos y obligatorios para certificar; a pesar de ello no están certificados.

En Argentina hay sólo una empresa, que es Vanity Fair, ubicada en Aminogasta, provincia de La Rioja que tiene la RAP. Esta certificación es de origen estadounidense y surgió de las denuncias que empresas de Estados Unidos tuvieron en Oriente, con el fin de definir y unificar criterios⁷⁷.

De las entrevistas efectuadas a empresarios de indumentaria, se obtuvo que solamente el 20% de los entrevistados sabía que existía la certificación del INTI; mientras que el resto lo desconocía totalmente. A su vez, tanto los que la conocían como los que no, coincidían en que certificar implica un costo más y no están dispuestos a soportarlo. Razón por la cual se notó un desinterés generalizado, con excepción de un entrevistado que quiso informarse.

Otro aspecto importante con respecto a la RSE, es el medioambiente. En nuestro país no hay conciencia de los daños ecológicos en la industria de la indumentaria, en contraposición a lo que sucede en otros países donde se están desarrollando productos ecológicos. En Argentina hay un desinterés general por parte de los empresarios y también de los consumidores. A pesar de ello se está trabajando en Chaco con algodón ecológico y poco a poco, se está avanzando en el tema⁷⁸.

⁷⁷ Entrevista a Javier Armesto y Horacio Urbe - INTI, 17/12/08.

⁷⁸ Op. Cit. 51.



Este proyecto del algodón orgánico en Chaco empezó hace cuatro años. El objetivo es articular la producción de familias campesinas tobas con fábricas recuperadas que lo tejen y tiñen en Buenos Aires⁷⁹.

Se está exportando a Italia y también se venden prendas en un local de la ciudad de La Plata. Es un algodón sin agroquímicos, manufactura con insumos inocuos para el medio ambiente. Al tacto o a la vista humana, la prenda no se diferencia de las demás.

11. Las Marcas

Una de las formas que tienen las empresas de indumentaria para diferenciarse de otras es a través de las marcas, entendida éstas como un símbolo de identificación a partir del cual define sus políticas de distribución, comunicación y producto. Siguiendo este concepto se pueden distinguir dos tipos de empresas: las que centran su estrategia en las marcas y las que lo hacen en el bajo precio/costo de las prendas. Estas últimas producen ropa del tipo commodity, que suelen ser de calidad media a baja, con poco diseño, de menor precio y en las cuales los puntos de distribución y venta juegan un papel importante.

Por el contrario, aquellas que centran su estrategia en la marca, buscan diferenciarse de sus competidoras a través del diseño, el marketing y el canal de comercialización. El canal es otro elemento de diferenciación no sólo porque constituye un punto de contacto con el consumidor sino también porque determina el alcance y posicionamiento de una marca. Los principales canales son los locales tradicionales, las tiendas, los shoppings y los outlets, en estos últimos se venden los productos de otras temporadas y de segunda selección⁸⁰.

⁷⁹ Harold Picchi - Otro Mercado al Sur ONG, 07/06/08.

⁸⁰ Op. Cit 41.



La “marca” ocupa un lugar de privilegio. En el mundo actual, la marca se encuentra por encima de la fabricación de prendas de vestir. Esto implica que los empresarios de indumentaria se abocan en primer lugar a desarrollar una marca, que sea reconocida por los consumidores, que tenga una buena imagen, mientras que la fabricación de la prenda en sí, ocupa un segundo lugar.

Según la American Marketing Association, una marca es un nombre, término, signo, símbolo, diseño o una combinación de los anteriores, cuyo propósito es identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlos de los de la competencia⁸¹.

Según Philip Kotler⁸² una marca identifica a la parte vendedora o fabricante. Puede ser un nombre, símbolo o logotipo. En esencia una marca es la promesa de la parte vendedora de proporcionar un conjunto de características o beneficios a los compradores.

La marca es el significado esencial de la empresa moderna y la publicidad es un medio que se utiliza para transmitir al mundo su significado. En la segunda mitad del siglo XIX aparecieron las primeras campañas masivas de publicidad, debido a la proliferación de productos como la radio o los automóviles. No interesaba anunciar una marca, sino que la gente conociera un nuevo producto y se convenciera que sus vidas serían mejores utilizándolo.

Los primeros productos que tuvieron una marca, fueron los fabricados en forma masiva. La marca surgió como un modo de diferenciarlos. Así aparecieron las primeras marcas que también se aplicaron para diferenciar productos genéricos como la harina o los cereales, que anteriormente se vendían en barriles sin identificación.

⁸¹ Kotler, Philip: “Dirección de Marketing”. Pearson: New Jersey, 2001.

⁸² Op. Cit. 81.



De esta manera se generó la “personalidad” de las empresas con su nombre exclusivo, su publicidad y sus características. En la industria publicitaria, alrededor de los años veinte, se pensó que las marcas podían generar sentimientos, sensaciones, que tenían un significado espiritual. A finales de la década del cuarenta, se descubrió la “conciencia empresarial”, los consumidores no compran productos sino marcas, y se estudió lo que significan las marcas para la gente. De todos modos, por varias décadas, la producción fue lo más importante, hasta los años ochenta, donde la marca comenzó a ocupar el lugar más importante en las organizaciones de indumentaria.

El criterio que comenzó a prevalecer fue que las empresas de éxito debían producir marcas y no productos. Se trataba de que la organización tuviera una estructura lo más reducida posible, para que sus costos fijos decrecieran, sin embargo debía producir una marca y una imagen fuerte en el mercado. Incluso algunas empresas empezaron a comprar sus prendas terminadas y ponerles la etiqueta con su nombre. Su tarea estaba centralizada en la marca. Para manufacturar un producto se necesitan maquinarias, instalaciones, sin embargo para crear una marca, se necesita creatividad y espacios donde difundirla⁸³.

De esta manera las marcas lograron ser importantes por sí mismas, independientemente del producto que se comercializaba. Se logró una identidad entre el consumidor y la marca, creando cierta fidelidad hacia ella por parte del cliente.

En la década de 1880 se comenzaron a utilizar símbolos o dibujos que representaban una marca, se los denominó “logotipos”. Sin embargo hasta principios de la década de 1970, las etiquetas con los logotipos de las marcas estaban ocultas en los cuellos de las camisas. Hacia finales de la misma década, estos símbolos pasaron del área deportiva a la ropa de calle. Según Naomi Klein en

⁸³ Op. Cit. 23.



su libro No Logo, “el jinete de Ralph Lauren y el caimán de Lacoste escaparon de las pistas de golf para deslizarse a las calles, y fueron decisivos para que el logotipo pasara al exterior de las camisas”⁸⁴.

De acuerdo al precio de los productos de las marcas, luciendo el logotipo la gente mostraba cuánto estaba dispuesta a pagar por una prenda. Estos símbolos también otorgan status al que los muestra. A su vez, el tamaño del logotipo ha aumentado, dejando de ser un pequeño emblema, para convertir a la prenda en una portadora de publicidad.

Los logotipos se hicieron tan fuertes que los consumidores con sólo verlos, pueden identificar la marca. El ejemplo por excelencia es el caimán representativo de Lacoste. Asimismo en nuestro país tenemos claros ejemplos, como el círculo de Vitamina o las alas de Rapsodia. Los clientes con ver el caimán en una chomba, el círculo de metal o las alas doradas bordadas en un pantalón de jean, saben de qué marca se trata.

Con esta tendencia, la prenda es sólo el producto visible de la producción real: la marca. El objetivo es lograr que los consumidores sean fieles a la marca y se identifiquen con ella.

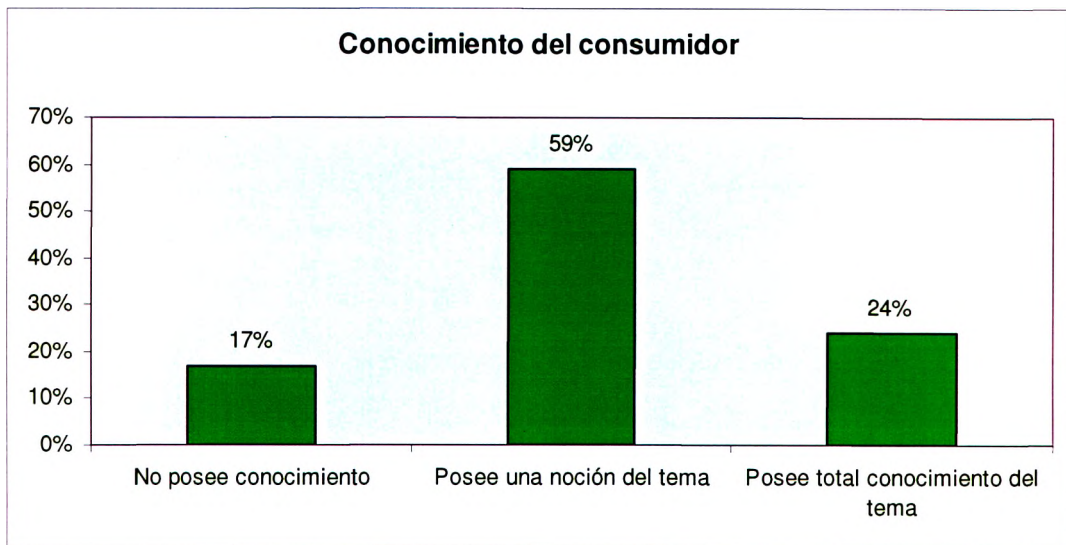
12. El consumidor

Los consumidores son fundamentales al abordar el tema de la informalidad en la industria de la indumentaria. En muchos países los compradores, a la hora de elegir un producto, no sólo consideran el precio sino también la política de RSE que llevan adelante las empresas. Lamentablemente no es el caso de nuestro país donde se prioriza el precio y la marca. No hay interés ni compromiso con el medioambiente, por parte de los compradores.

⁸⁴ Op. Cit. 23.

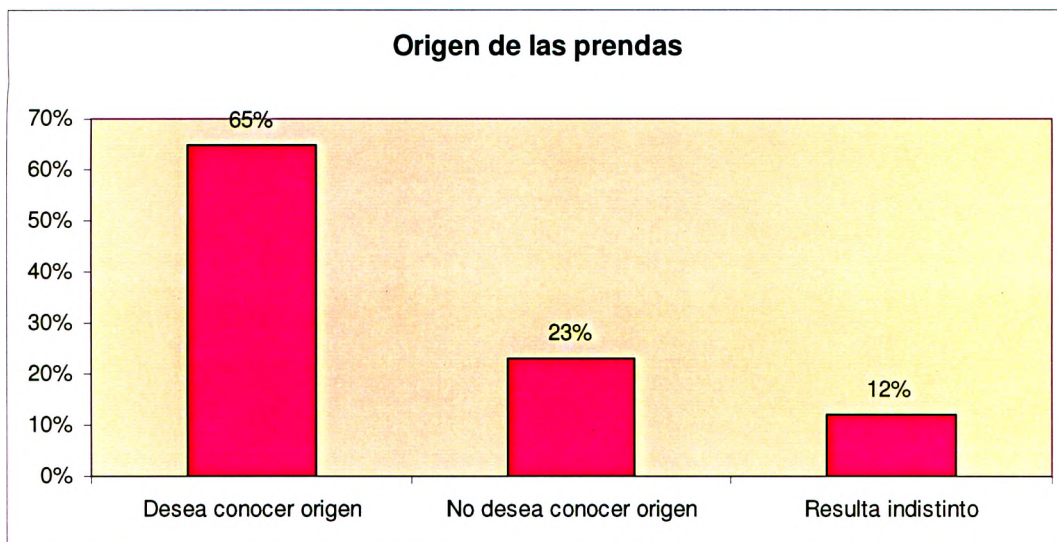


En la investigación realizada para este trabajo, se hizo una encuesta a 60 personas de sexo femenino, para saber cuál era el grado de conocimiento que tiene el consumidor argentino de la alta informalidad existente en la actividad. Surgieron los siguientes resultados:



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico se puede observar que más de la mitad de las encuestadas, tiene noción de lo que sucede, principalmente porque fue publicado en medios periodísticos. Al momento de preguntar si les gustaría conocer dónde fue confeccionada la prenda que están adquiriendo, respondieron lo siguiente:



Fuente: Elaboración propia

Es elevado el porcentaje de los clientes que desearían conocer dónde y cómo fueron fabricadas las prendas que compran.

En los últimos años surgió una tendencia que se la conoce como Moda Ética o Consumo Responsable. Se trata de prendas hechas con materiales naturales, como algodón orgánico, bambú, lana orgánica, materiales reciclados, o que rescatan tejidos tradicionales. Además son realizadas por diseñadores, marcas o productores comprometidos con usar energía renovable, generar menos desperdicios y usar menos químicos.

Esta tendencia tiene cada vez más adeptos en Europa y Estados Unidos, razón por la cual Londres y París tienen sus propias semanas de moda ética en paralelo con las tradicionales. Algunas marcas exhiben en sus góndolas prendas de algodón orgánico y les exigen a sus proveedores cumplir con la legislación ambiental. Por supuesto que los precios son elevados, debido a los materiales utilizados para su confección.



El fin es vestirse a conciencia, es decir no sólo elegir qué ponerse sino comprar ropa que en todo su proceso de confección no afecte el medio ambiente y que esté elaborada con trabajo justo.

En Argentina hay organizaciones que se están sumando a la propuesta. Un ejemplo es el diseñador Martín Churba, que fue contratado por la red de Organizaciones de Comunidades Kollas más importantes de la Puna y la Quebrada de Humahuaca, provincia de Jujuy. El objetivo de este proyecto es optimizar la artesanía textil sobre patrones de calidad y de conceptos para el mercado, con el fin que el trabajo puede organizarse para mejorar la calidad de vida de quienes los hacen y de quienes los consumen⁸⁵.

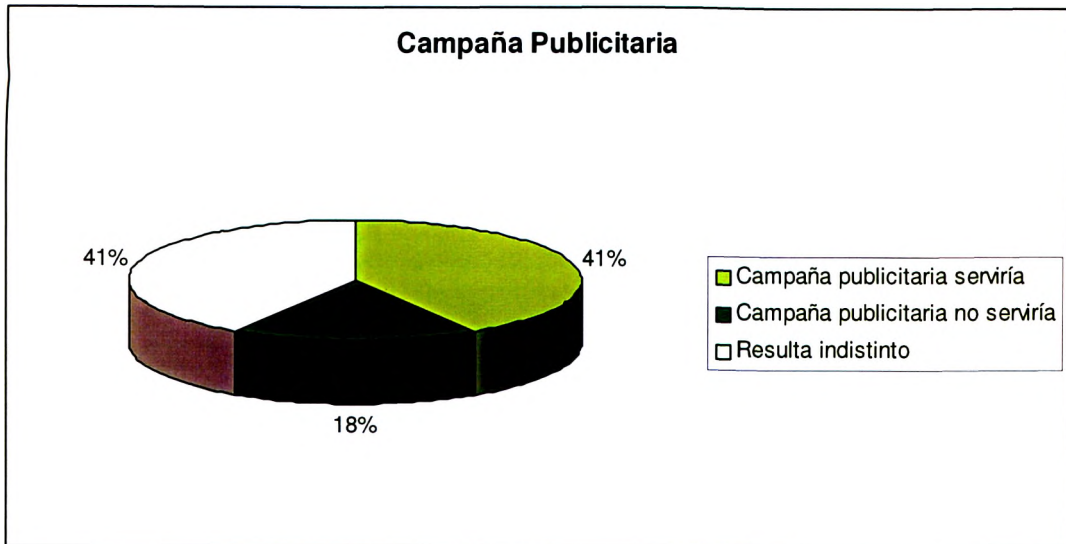
El consumo responsable todavía no está muy desarrollado en nuestro país, la gente no sabe de qué se trata. Los diseñadores que están trabajando con esto intentan concientizar a los consumidores de que consuman responsablemente⁸⁶.

Tampoco se han realizado campañas para concientizar e informar al comprador de cuál es la situación actual de los talleres informales. Como consecuencia el comprador tiene una noción vaga de lo que sucede.

Por último, también obtuvimos opinión acerca de la posibilidad de lanzar una campaña publicitaria por parte de las autoridades, que ayude a que la gente tome conciencia, sepa qué sucede y por lo tanto sea más responsable a la hora de comprar ropa. Obtuvimos el siguiente resultado:

⁸⁵ Entrevista hecha por Clarín a Martín Churba “La ropa es la piel social”. Buenos Aires, 22/05/07.

⁸⁶ Moda Responsable, Silvina Schuchner, Diario Clarín. Buenos Aires, 07/06/08.



Fuente: Elaboración propia

Ambas posturas, tanto la de lanzar una campaña como la de no hacerlo, coinciden totalmente, con lo cual podemos inferir que la opinión está altamente dividida.

De todos modos, hay cada vez más conciencia de lo que ocurre y, si bien, solucionar el problema llevará décadas, se ha avanzado mucho al respecto.

13. Conclusiones

Como resultado de la exposición y análisis efectuados en los capítulos precedentes, a continuación se expone una conclusión, a efectos de obtener un panorama integral de la problemática estudiada. Asimismo, el objetivo de esta instancia consiste en profundizar las consideraciones detalladas en los contenidos del presente trabajo, a efectos de responder a los objetivos planteados en el capítulo III.



En la industria de la indumentaria argentina, las empresas dueñas de las marcas no fabrican sus productos, sino que tercerizan la producción en talleres de confección. El empresario se focaliza en la imagen de la marca y en busca de este fin invierte recursos en publicidad y marketing, ya que son los pilares de su éxito. La fabricación de sus productos es tercerizada en talleres de confección.

Resulta entonces que la producción se realiza en pequeños talleres que, en su mayoría no están habilitados y emplean mano de obra ilegal. Asimismo es una actividad que requiere mano de obra intensiva, porque las máquinas de coser deben ser manejadas por una persona. La necesidad de mano de obra intensiva origina que muchos costureros trabajen durante jornadas excesivas.

- A su vez, se trata de una industria que no posee barreras de entrada, debido a que se puede comenzar con una pequeña inversión de capital que permita adquirir una máquina de coser. La falta de barreras genera que en épocas de crisis, muchas personas desempleadas que necesitan generar ingresos, opten por dedicarse a coser para terceros.

En la actualidad, la actividad se caracteriza por ser extremadamente informal. El origen de esta informalidad se remonta a la década del noventa, período en el cual para poder competir con los productos importados que ingresaban del exterior, un significativo número de empresas descentralizaron su producción a talleres externos para poder fabricar prendas a un costo menor.

En el plano internacional, la actividad de la confección aplica esta metodología, mediante la cual se traslada la producción de países que poseen mano de obra cara a otros que poseen mano de obra barata.

La excesiva precariedad surge porque tanto los empresarios como los talleristas buscan reducir sus costos. El argumento de los empresarios es abaratar el costo de



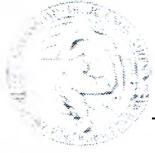
la prenda para que sea accesible al consumidor. La mano de obra es sólo parte del costo del producto, a esto debe adicionarse la materia prima y las erogaciones como alquileres, tasas e impuestos no trasladables. A pesar de ello, las marcas comercializan sus productos con márgenes muy elevados, de los cuales el empresario no quiere prescindir.

Con relación a los diseñadores que desean tener su propio emprendimiento produciendo indumentaria, los talleres de confección les permiten desarrollar la actividad sin necesidad de aportar una significativa inversión de recursos y poder abocarse a lo que a ellos realmente les interesa: diseñar. Como consecuencia, se alienta la producción informal, debido a que estos pequeños empresarios suelen recurrir a talleres informales. En muchos casos lo hacen para reducir sus costos y en otros, es por falta de conocimiento.

Por su parte los empresarios no son los únicos que delegan trabajo, los talleristas también lo hacen cuando hay tareas que no pueden realizar o cuando reducen sus costos subcontratando otros talleres.

La producción de indumentaria en Argentina se centraliza en Buenos Aires, tanto en la Ciudad Autónoma como en el conurbano. Los talleres suelen ubicarse en los barrios de Flores y Once. Hay talleres medianos y grandes que cumplen con la legislación vigente, sin embargo los pequeños talleres informales abundan en la producción nacional. Según la información obtenida en las entrevistas realizadas a los empresarios del sector, los talleres suelen no facturar el servicio que ofrecen. Es frecuente que si el empresario, dador del trabajo, les pide factura, no quieran realizar el trabajo.

El marco legal de esta modalidad de producción que es la tercerización, está regulado por la Ley de "Trabajo a Domicilio" (12.713). Esta norma prevé una doble figura para el tallerista, con relación al empresario, es considerado obrero a



domicilio y con relación a sus propios empleados, es considerado empleador. Esta dualidad hace que los talleres no sean conceptuados como empresas, cuando en realidad lo son.

La ley ha sido sancionada en 1941 y no acompañó los cambios que se han producido en los últimos años, ya que no ha sufrido modificaciones. De todos modos, la falta de un marco legal acorde, no justifica el desorden existente en la actividad. Los talleres pueden constituirse como cualquier sociedad comercial que prevé la Ley de Sociedades Comerciales (19.550). También pueden registrarse como empleadores en la A.F.I.P. para realizar los aportes obligatorios al tener personal en relación de dependencia.

La Cámara de la Indumentaria ha presentado un proyecto de ley para modificar la norma vigente, que hasta el momento de la presentación de este trabajo, no ha sido tratado en el Congreso Nacional. Este proyecto no modifica el marco legal vigente sustancialmente, sólo genera un vínculo entre la marca y el taller, a través de un contrato de servicios. De esta manera el empresario es solidariamente responsable.

Así como hemos considerado el marco legal, también debemos considerar los requisitos solicitados por las autoridades para tramitar el comienzo de una empresa. En nuestro país los organismos públicos no facilitan que los emprendedores, tanto talleristas como nuevos empresarios de la confección, se registren para comenzar a funcionar. Los requisitos suelen ser difíciles de lograr y los procesos son extremadamente burocráticos. En lugar de incentivar la creación de empresas que generarán nuevas fuentes de empleo para la sociedad, el fisco dificulta la creación de las mismas, por falta de practicidad y de rapidez en los trámites requeridos.

Esta situación desincentiva al emprendedor que pretende hacer una gestión correcta y acorde con la legislación vigente. Asimismo ocasiona un incremento en la inversión inicial de la organización y demora el comienzo de la actividad.



Debe considerarse también que en algunos casos los talleres no se registran por ignorancia o por no reunir los requisitos solicitados por los organismos gubernamentales de control, como ser el municipio de la zona geográfica en la cual se hallan para que pueda ser habilitado, o por el organismo recaudador de impuestos (A.F.I.P.). La mayoría de los pequeños talleres informales o de trabajadores que se hallan en sus domicilios no están registrados porque desconocen la legislación vigente en nuestro país. Muchos de los propietarios de los talleres son extranjeros, de origen boliviano o coreano, siendo ellos mismos los que se encargan de traer a sus compatriotas a trabajar a nuestro país. Asimismo no reúnen las condiciones requeridas para que obtengan la habilitación o para registrarse como monotributista. De este modo, continúan operando fuera de la ley.

Por otro lado los talleres informales no reciben inspecciones de seguridad e higiene, ni de la A.F.I.P. Sus empleados trabajan horas excesivas, sin embargo los sindicatos no luchan por ellos. Si bien no reciben aportes por parte de ellos porque no cobran sus salarios legalmente, los sindicatos podrían intentar reclutar esta mano de obra marginal, para incrementar sus ingresos. Al formar parte de sus afiliados, tendrían la obligación de trabajar para que se respeten sus derechos.

El resultado de la problemática que presenta la industria de la indumentaria en nuestro país, produce un impacto negativo en la economía.

A tales efectos las consecuencias son las siguientes:

- *La existencia de mano de obra no registrada, que no tributa al sistema de seguridad social.*

Según estimaciones de la Cámara de la Indumentaria, aproximadamente 155.000 personas trabajan en esta industria sin realizar aportes al Sistema de Seguridad



Social. Lo cual implica que no contarán con los requisitos exigidos para jubilarse en la edad que indica la ley y tampoco son actualmente trabajadores activos, cuyos aportes pueden ser utilizados por el fisco. También se hallan sin seguro de vida y A.R.T. (Aseguradora de Riesgos de Trabajo), en caso de tener un accidente laboral.

- *Operarios que no poseen cobertura médica, ya que no realizan aportes de Obra Social.*

Se trata no sólo del operario que no posee cobertura, sino también de su familia. Esto genera la existencia de familias enteras sin cobertura.

- *Menor recaudación impositiva.*

De las estimaciones efectuadas por la Cámara de la Indumentaria surge que como consecuencia de este trabajo informal, el Fisco tiene una menor recaudación en los siguientes tributos: mensualmente en el Impuesto al Valor Agregado y el Monotributo (a nivel nacional); en el Impuesto a los Ingresos Brutos (a nivel provincial); y en tasas municipales. Anualmente en el Impuesto a las Ganancias e Impuesto a la Ganancia Mínima Presunta (ambos a nivel nacional). La disminución de la recaudación es ocasionada por la falta de facturación de los talleres y porque se estima que el 80% del personal en esta industria no percibe sus salarios en forma legal.

- *Operarios que trabajan jornadas excesivas y a salarios muy bajos.*

Existe un importante grado de explotación en esta industria, los operarios trabajan quince o veinte horas diarias. Las remuneraciones no son acordes al trabajo realizado.



- *Falta de seguridad e higiene en los establecimientos fabriles dedicados a la confección.*

La falta de seguridad se vio demostrada con el incendio del Barrio de Flores en marzo de 2006, en el cual hubo personas fallecidas. En los talleres el personal trabaja hacinado y carente de higiene.

- *Venta de servicios y productos al margen de la economía formal, generado por la falta de facturación de los talleres a los empresarios.*

En el Conurbano Bonaerense, hay una feria denominada La Salada que está a la vista de todos y no es removida por las autoridades. En ella se venden prendas fabricadas en talleres informales, mercadería ingresada al país ilegalmente y productos falsificados. El personal que trabaja en ella no cobra sus salarios acorde a la ley argentina. Los puestos tampoco facturan las mercaderías que comercializan.

Se organizan tours de compras a La Salada para compradores de las provincias que viajan a Buenos Aires para abastecerse de ropa, que posteriormente venden en sus locales comerciales. No sólo esta feria es un centro de abastecimiento, sino también la calle Avellaneda y el barrio de Once, ambas zonas ubicadas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Según las entrevistas efectuadas a organismos como INTI y FITA, obtuvimos la información que propietarios de locales de Buenos Aires también se abastecen en La Salada, en la calle Avellaneda y en Once, debido a que pueden adquirir productos a un bajo costo. Tanto la comercialización en La Salada, como en los barrios mencionados anteriormente, es efectuada sin facturación.

- *Carencia de calidad en los productos, debido a la precariedad de los procesos y la falta de capacitación de la mano de obra.*



Los empresarios tienen serios problemas al momento de elegir un taller. Si bien hay un número elevado de establecimientos, pocos trabajan con buena calidad. El riesgo que se corre es que las prendas se corten o se cosan mal y queden inutilizadas para su posterior venta. Esto implica un daño significativo para el empresario.

La causa de la mala calidad radica en la falta de mano de obra calificada, se trata en su mayoría de costureros provenientes de Bolivia, que no tuvieron ningún tipo de capacitación. Por esta razón cuando los empresarios encuentran un taller que trabaja con una calidad más elevada, tratan de conservarlo como proveedor. De este modo se genera una falta de competencia entre los talleres, por la carencia de talleres de calidad, razón por la cual se limitan los posibles proveedores que pueden abastecer a los empresarios. Estos talleres que trabajan con un nivel más elevado de calidad, cobran precios más elevados y suelen facturar lo que venden.

- *Falta de atención e inversión de recursos al impacto que genera esta industria al medioambiente.*

Lamentablemente en nuestro país aun no se ha tomado conciencia del daño que el hombre ocasiona al medioambiente. La industria de la indumentaria como todas las industrias contamina. El proceso más contaminante es el de teñido porque aplica sustancias químicas. La confección en sí misma no contamina, pero las telas que se utilizan como materias primas, necesitan procesos previos que dañan la ecología.

Desde el punto de vista social, un responsable indirecto es el consumidor. En Argentina, el comprador busca precio y calidad, en detrimento de la problemática actual. No hay interés por saber dónde ni cómo se fabrican las prendas. Anteriormente el consumidor no estaba informado de lo que sucedía, sin embargo



en los últimos años los medios periodísticos han promocionado la situación de los talleres informales. No obstante, el consumidor no se muestra interesado y continúa consumiendo sin cuestionar el origen de la mercadería.

Podemos concluir que la informalidad existe y es conocida por la sociedad y por el fisco. Muchas de las prendas que los argentinos compran son fabricadas de manera ilegal, hay personas trabajando jornadas excesivas como en los comienzos de la Primera Revolución Industrial. La ley vigente no se condice con la realidad actual, el proyecto de ley no resuelve el problema y tampoco hay otro alternativo. Por el lado de las autoridades gubernamentales no se toman medidas para reducir la informalidad en esta actividad. La sociedad ha aceptado este modo de trabajo como normal.

No hay datos certeros de la cantidad de personas que podrían quedarse sin ingresos, en el caso que las autoridades decidieran dismantelar toda la actividad no registrada en la industria de la indumentaria. No obstante, hay talleres ocultos en edificios o en subsuelos, de los cuales las autoridades no tienen conocimiento, debido a que no están registrados ni habilitados.

En primer lugar son responsables los organismos oficiales de control específicos y, en segundo lugar las organizaciones afectadas, tanto empresas-marca como talleristas.

Si bien no es un problema de fácil resolución, es necesario encontrar una mejora a la situación actual. La industria de la indumentaria podría crecer y mejorar su eficiencia trabajando en forma legal. Con este fin, a continuación presento una serie de propuestas para comenzar a trabajar en busca de una industria de la indumentaria ordenada, en la cual los trabajadores costureros posean los derechos y obligaciones correspondientes a su labor.



14. Recomendaciones

A continuación se desarrollan las recomendaciones propuestas como consecuencia del análisis de situación y conclusiones precedentes. Estas recomendaciones tienen el propósito de generar políticas tendientes a mejorar la problemática actual de la industria de la indumentaria en Argentina.

La situación es difícil de resolver. Si se aplican políticas que privilegien el marco legal, muchos trabajadores pueden quedarse sin su fuente de ingresos, debido a que muchos establecimientos deberían cerrar sus puertas. Por el contrario si se privilegia a la gente, se continúa trabajando en la ilegalidad y la industria no progresa.

Sin embargo resulta indispensable mejorar la situación actual de la actividad de la confección en la República Argentina, tratando de mejorar las condiciones de los trabajadores y de los empresarios.

Para ordenar la actividad, lo primero que debe considerarse es el marco legal. Sin una legislación apropiada y clara no se puede trabajar en forma ordenada. La ley de Trabajo a Domicilio (Nro. 12.713) es anacrónica, con lo cual es necesario actualizarla para que se adapte a nuestra realidad.

Si bien existe un proyecto de ley, éste no soluciona los problemas centrales. Se necesita un proyecto que contemple los siguientes aspectos:

- El tallerista debe constituirse como una sociedad comercial, de acuerdo a lo que establece la Ley 19.550 (Sociedades Comerciales).

Un aspecto para destacar en cuanto al comienzo de actividades, es la burocracia existente en las instituciones públicas y las pocas facilidades que se le otorga a los



emprendedores cuando desean inscribirse para desarrollar una actividad económica. Esto genera que se desincentive el inicio de la actividad o por el contrario, la misma se desarrolle de todas maneras, pero en forma no legal.

Si bien esto no justifica el desorden y la informalidad con la que se trabaja en la actividad de la confección, es fundamental que al momento de iniciar una actividad económica, se permita al emprendedor efectuar trámites fáciles y sencillos para no desalentar su deseo de trabajar legalmente. Cuando nace una empresa, no sólo se beneficia el empresario, sino también la sociedad en su conjunto, ya que es una nueva fuente de empleo para la población y una nueva fuente de recaudación para el fisco.

A pesar de que es necesario exigir ciertos requisitos para habilitar un taller, el proceso deber ser ágil y rápido para motivar al emprendedor, en vez de desanimarlo, como sucede en Argentina. Tampoco sirve que se lo deje operar sin ningún tipo de requisito. Es necesario buscar un equilibrio en el cual se le solicite todo lo necesario para comenzar a trabajar, pero a su vez se le brinde el asesoramiento necesario, debido a que los requerimientos suelen no ser claros.

- El tallerista no debe considerarse en relación de dependencia con el empresario, sino que debe ser autónomo del mismo.
- Los empleados del tallerista deben estar debidamente registrados como tales y el tallerista debe efectuarle aportes y contribuciones.
- Se debe celebrar un contrato entre el tallerista y el empresario, o entre talleristas, cuando un tallerista subcontrata a otro para realizar alguna tarea.



El contrato entre tallerista y empresario puede ser optativo. En la realidad ningún empresario celebra un contrato con el tallerista. No es factible pasar de la extrema informalidad actual a la formalidad total. Sin embargo la celebración de un contrato entre las partes, es un aspecto a tener en cuenta para dejar asentados los derechos y obligaciones de cada uno.

En cuanto a la subcontratación entre talleres, los empresarios pueden darse cuenta si el tallerista subcontrata a otro, conociendo la capacidad de ese taller. Si le pide una producción mayor de la que el taller tiene capacidad, y éste la termina de todas maneras, implica que ha subcontratado a otro taller. A veces el empresario tiene conocimiento de la subcontratación y en otras ocasiones no.

- Los empresarios deben ser solidariamente responsables si el tallerista contrata personal en forma ilegal. Para tal fin, debe tener derecho a auditar, por sí mismo o a través de una consultora especializada, las instalaciones del tallerista.
- Los talleres deben recibir inspecciones de las autoridades gubernamentales, como ser a nivel municipal para cumplir con la normativa de Seguridad e Higiene. A su vez deben recibir inspecciones impositivas de las entidades tanto nacionales como provinciales de recaudación.
- Deben excluirse de la ley los artículos que exigen un registro de empleados. Esto no es aplicable a ninguna actividad actualmente. El tallerista debe estar inscripto en la AFIP como empleador y cumplir sus obligaciones como tal, presentando mensualmente su declaración jurada de cargas sociales. No debe haber distinción con otras actividades.
- Etiqueta en las prendas: Una de los puntos que debe exigir la ley es que toda prenda que se comercialice debe contener una etiqueta en la cual se indique



el nombre del taller donde se fabricó y la C.U.I.T. (Clave Única de Identificación Tributaria) del taller. Además por supuesto, debe contener el nombre de la empresa-marca. Esta medida se complementa con la creación de una página de Internet en la cual consten los talleres de confección. Dicho sitio Web debe ser una base de datos para ser consultada por el consumidor, quien ingresando los datos de la etiqueta de la prenda, pueda buscar el taller y obtener información acerca del mismo. La creación y mantenimiento de esta página debería estar a cargo del Ministerio de de Industria.

De esta forma el cliente puede asegurarse que su prenda no se confeccionó en un taller no habilitado. El consumidor tiene derecho a acceder a la información. Dada la obligatoriedad de que las prendas exhiban esta etiqueta, en caso de no exhibirla, el cliente puede solicitar al vendedor que le indique los datos del taller donde se fabricó la prenda.-

En Argentina las empresas de indumentaria no están acostumbradas a tener inspecciones de calidad. Los empresarios mandan a producir sus prendas a talleres que no cumplen los requisitos mínimos de seguridad e higiene y las autoridades no auditan la cadena de valor. No obstante, en nuestro país, hay una certificación denominada Compromiso Social Compartido, que es emitida por el INTI. El objetivo de la misma es certificar que el producto fue elaborado con calidad y trabajo legal a lo largo de toda la cadena de valor.

Tanto el INTI como las autoridades gubernamentales deben promocionar esta certificación, ya que en la actualidad hay un gran desconocimiento por parte de los empresarios de la existencia de la misma. No sólo es conveniente difundirla entre los empresarios, sino también entre los consumidores para que sepan que contamos con una certificación de calidad, con el fin de evitar los abusos de los que todos tenemos conocimiento. A su vez el empresario y el consumidor deben saber



que en otros países también hay certificaciones para garantizar el trabajo legal en la industria de la confección.

La certificación de INTI mejorará la imagen de las empresas-marcas, porque una vez que esto sea de público conocimiento, las empresas que posean la certificación serán mejor vistas por los consumidores.

Es imprescindible difundir el Compromiso Social Compartido en la Cámara de la Indumentaria, para que los empresarios tomen conocimiento de la certificación. Para poder alcanzar a los consumidores, se deben hacer amplias campañas publicitarias en los medios masivos de comunicación.

Continuando con la figura del consumidor, es altamente favorable que las autoridades gubernamentales organicen una campaña para concientizar al mismo del problema de los talleres informales. Es muy difícil lograr que el cliente deje de fijarse sólo en el precio o en la marca. Sin embargo es probable que pueda lograrse que, al menos un porcentaje de la población, se interese por el tema, si se hace una amplia campaña en los medios masivos de comunicación. De la misma manera que se hacen campañas para que la gente no compre pieles naturales para evitar la matanza de animales, se puede hacer una campaña para que la gente seleccione a conciencia la ropa que va a adquirir.

El consumidor es clave en todo este proceso de mejora. Si el consumidor no compra un producto porque piensa que fue fabricado en un taller que no cumple con los requisitos básicos, los empresarios van a intentar cambiar la situación, para evitar que decrezcan sus ventas. Es la mejor manera que se produzca un cambio, porque si disminuyen los ingresos de los empresarios por una caída en la ventas, intentarán trabajar en forma legal. Mientras las ventas no disminuyan por esta causa, todo va a seguir como hasta ahora.



El consumidor argentino no tiene una visión global como sí tienen los consumidores de otros países, que no piensan solamente en ellos, sino en el bien de la sociedad en su conjunto. No obstante, un porcentaje de la población, por mínimo que sea, va a prestar atención y va a fijarse bien antes de comprar.

Para aquellas personas que trabajan en sus hogares, como ser costureras o pequeños talleristas que trabajan solos, ya que no tienen empleados, es conveniente estimular que se anoten en Monotributo. Se puede crear una categoría para ellos que funcione mediante el pago de una cuota fija y de bajo monto. De esta manera pueden acceder a una obra social y comienzan a hacer aportes para su futura jubilación. Para que esto sea posible, es necesario que las autoridades promocionen estos beneficios y explique a los costureros las ventajas de trabajar inscriptos.

Con respecto a los empresarios que envían su producción a una costurera o un pequeño tallerista que trabaja para ellos, constituyendo una relación de dependencia encubierta, se debe incentivar a que el empresario, le pague el salario en forma legal, y éste pueda deducirse del Impuesto a las Ganancias. De este modo la remuneración bruta y las contribuciones patronales pueden deducirse de este tributo, resultando un incentivo para los empresarios.

Otro incentivo fiscal para incrementar la formalización de la actividad es una reducción en los aportes patronales para los talleristas. Por ejemplo una reducción del 20% en los aportes que el tallerista debe hacer por cada empleado que cobra su salario en forma legal.

En cualquier edificio del barrio de Once o en cualquier departamento o subsuelo del barrio de Flores, puede haber un taller. Algunos son unipersonales o en otros puede haber dos o tres personas. Es muy difícil para las autoridades saber dónde están los talleres para poder inspeccionarlos. Están diseminados por varios barrios de la



Capital Federal, de Pergamino o en cualquier lugar del Gran Buenos Aires. Esto genera que la tarea de inspeccionar sea muy compleja.

En consecuencia debe comenzarse a investigar por el lado del empresario, tratando de averiguar dónde envía su producción. De todos modos cualquier persona puede ingresar a los edificios donde están los talleres. Si los emprendedores pueden ir a buscar proveedores, también las autoridades pueden hacerlo.

Es necesario que las autoridades realicen inspecciones a los talleres, para ver en qué condiciones trabajan, si sus operarios cobran sus salarios legalmente, si trabajan las horas que indica la Ley de Contrato de Trabajo. Dadas las características de esta actividad, aunque actualmente se hagan inspecciones, éstas deben ser mucho más intensivas, por la urgencia y la situación en la cual se trabaja actualmente.

Resulta entonces fundamental que las autoridades tomen una determinación al respecto para comenzar a trabajar en las medidas tendientes a comenzar un proceso de mejora de la problemática.

Un aspecto muy importante en nuestro análisis es la Feria La Salada. Si las autoridades la desmantelan totalmente, miles de personas se quedan sin trabajo. Si la mantenemos, fomentamos el contrabando, las falsificaciones de productos de marca y el trabajo no legal, ya que hay muchos talleres clandestinos que producen las prendas que se comercializan allí.

No hay una solución determinante, pero si deben continuarse las inspecciones de A.R.B.A.S y de A.F.I.P. Debe exigirse que los comerciantes estén inscriptos y facturen todo lo que venden. Debe exigirse que muestren sus declaraciones juradas de S.U.S.S. (Sistema Único de Seguridad Social). Deben exigirse las condiciones mínimas de seguridad e higiene en el predio.



Otro aspecto para considerar es la calidad de la confección argentina. Los empresarios se quejan que los productos que mandan a fabricar no tienen la calidad y la terminación requerida. La ausencia de buenos trabajos se debe a la mano de obra no calificada. Si se ordena la actividad legalizando los talleres, la mano de obra dejará de ser extremadamente barata y el costo del producto se encarecerá. También disminuirán los altos márgenes que manejan los empresarios en la actualidad.

Sin embargo mejorará la calidad, ya que por un lado se puede capacitar a los costureros. Por otro lado al legalizar los talleres, habrá más competencia entre ellos, ya que serán más conocidos, estarán en páginas web. Tendrán que competir para captar clientes en cuanto a su calidad y precio.

Estas propuestas pueden resultar utópicas. No será posible legalizar toda la cadena de valor de la indumentaria, pero con políticas tendientes a mejorar la situación y con un marco legal acorde, puede mejorarse mucho. Toda la sociedad se verá beneficiada si se esta informalidad disminuye, aunque no sea en su totalidad.

Las iniciativas precedentemente expuestas pretenden proponer mejoras a la situación actual en la cual se encuentra la industria de la indumentaria en Argentina. Asimismo pretenden contribuir a generar un espacio de análisis y debate acerca de la problemática descrita en este trabajo.



15. Bibliografía

1. Bibliografía

Heywood, J. Brian: "El Dilema del Outsourcing". Pearson Educación: Reino Unido, 2001.

Smith, Adam. "La Riqueza de las Naciones" ("The Wealth of Nations"). Reino Unido, 1776.

Klein, Naomi: "No Logo – El Poder de las Marcas". Piados: Toronto, 2000.

Porter, Michael: "Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance". Free Press: New York, 1987.

Kotler, Philip: "Dirección de Marketing". Pearson: New Jersey, 2001.

2. Publicaciones

Améndola, Luis: "Tendencia en la Administración Moderna: Outsourcing". Universidad Politécnica: Valencia, 2001.

Torras, Jordi: "Outsourcing es Poder". Barcelona, 2002.

Canals, Claudia: "Offshoring y Deslocalización" (Documentos de Economía La Caixa). Barcelona, 2006.

Jagdish Bhagwati: "Why your job isn't moving to Bangalore?". New York Times, 2004.

María D'Ovidio: "Quién es Quién en la cadena de Valor de la Industria de la Indumentaria". Buenos Aires, 2007.

Castells, Manuel: "La Nueva Economía". Editorial Santillana: Venezuela, 2000.

Ramírez Fáune, Jaime: "Globalización y Posmodernidad". Buenos Aires, 2000.

Gandí Industrializado, Revista Forbes, 2005.

Entrevista hecha por Clarín al Ing. Mauricio Naiberger, Pte. de la Cámara de la Indumentaria. Buenos Aires, 2005.

Giosa Zuazua, Noemí: "Responsabilidad Compartida". Página 12. Buenos Aires, 2007.

Talleres textiles, una forma de esclavitud moderna – Diario Clarín, 12/04/09.



Choren, Adrián G. : "Ropa Sucia Afuera" RSE en la Industria Textil. Buenos Aires, Septiembre 2007.

Harold Picchi, Otro Mercado al Sur ONG, 07/06/08.

Entrevista hecha por Clarín a Martín Churba "La ropa es la piel social". Buenos Aires, 22/05/07.

Moda Responsable, Silvina Schuchner, Diario Clarín. Buenos Aires, 07/06/08.

Anuario Tendencias Económicas y Financieras, 2007 – Suministrado por el INDEC.

Ministerio de Economía y Producción de la Nación Argentina: Documentos de Proargentina. Buenos Aires, 2005.

Ministerio de Economía y Producción: Programa Multisectorial de Preinversión Préstamo BID. Buenos Aires, 2003.

3. Legislación

Ley de Trabajo a Domicilio 12.713

Reglamentación Ley 12.713.

Ley de Migraciones 25.871.

4. Páginas Web

www.ferialasalada.com.ar

www.cmd.gov.ar

www.made-by.org

www.indec.gov.ar

www.cosiendoredes.com.ar



16. Anexos

1 - Entrevista Fashion Corel

Entrevistado: Carola Cardiello

Organización: Fashion Corel

Teléfono: 4796 - 5020

Domicilio: Av. Maipú 1343 Piso 9 H – Vicente López, Pcia. Buenos Aires

E-mail: fashioncorel@gmail.com

Fecha de la entrevista: 26 de julio de 2008

¿Todas las empresas de indumentaria tercerizan su producción?

Sí, todas o casi todas tercerizan la producción, con toda la problemática que es ya conocida de los talleres informales. Es el modelo de producción actual.

Vos sos diseñadora, ¿cómo se ve esto desde el punto de vista de los diseñadores?

Los diseñadores no saben nada, ni de cómo armar una empresa ni en qué condiciones están los talleres.

Muchos de ellos quieren aprender diseño para ponerse su propia marca de ropa y no saben a dónde mandar la producción ni como organizarse.

No hay organismo que los agrupe ni los asesore, ellos necesitan una guía para poder empezar y contar con asesoramiento. La información puede ser una buena herramienta para evitar tanta informalidad, ya que si ellos tienen conocimiento de qué talleres trabajan en buenas condiciones y cuáles no, pueden elegir de qué manera trabajar.

En muchos casos hay ingenuidad y falta de conocimiento, por esta razón cuando los diseñadores comienzan con su propia empresa, envía a fabricar a cualquier taller, priorizando la minimización de sus costos.

¿Cómo se trabaja en las empresas en cuanto al diseño de las prendas?

Se toman diseñadores jóvenes sin experiencia. Se hace gran parte del trabajo a mano o se utiliza el programa Corel para hacer los moldes.

Yo ideé un método, que denominé Fashion Core, que consiste en diseñar las prendas utilizando este programa. La idea es poder enviar por email los moldes a los talleres o si se envía a producir a China, por ejemplo, poder enviarlo por este medio. Así se trabaja en el mundo, pero no se aplica todavía en nuestro país.

¿Dónde están las zonas productivas donde se ubican los talleres?

Los talleres están diseminados por todo el país. Pero principalmente están en Capital Federal, el conurbano bonaerense, como el partido de San Martín, por ejemplo. En Mar del Plata hay tejidos.

En Pergamino (provincia de Buenos Aires) hay muchos lavaderos de jeans, y también hay trabajo a domicilio. Hay talleres por todos lados, es muy difícil de detectar.



¿Esta industria es contaminante? ¿Hay conciencia de la ecología?

Esta industria es altamente contaminante, no se trabaja sobre el tema, en Argentina no hay conciencia de esto.

El algodón es una planta que contamina mucho por los fertilizantes que es necesario ponerle. Por tal motivo en la provincia de Chaco se está trabajando con algodón ecológico. Sería conveniente comenzar a trabajar con materias primas que contaminen menos como este tipo de algodón.

¿Argentina exporta, está creciendo la actividad?

Se exporta, pero no mucho. La actividad estuvo creciendo mucho en los últimos años después de la devaluación, que fue cuando se produjo el gran crecimiento de los talleres informales.

Anteriormente teníamos una industria de confección importante, pero con la política de la década del noventa, cerraron muchas industrias. Cuando se volvió a producir, se comenzó con este modelo, que es el que se utiliza en el mundo y a su vez, también se estaba aplicando desde hacía muchos años en nuestro país, pero en menor medida.

2 - Entrevista Federación Argentina de Industriales Textiles FADIT (F.I.T.A.)

Entrevistado: Lic. Pertti Mustonen

Organización: FITA

Teléfono: 4394 - 3700

Domicilio: Reconquista 458, Piso 9, Capital Federal

Página web: www.fadit-fita.com.ar

Fecha de la entrevista: 3 de septiembre de 2008

¿Qué le parece la legislación en cuanto a Trabajo a Domicilio?

La ley de Trabajo a Domicilio es muy buena. lo que pasa que no se cumple. La ley se creó para los que trabajaban en sus casas o en talleres, y como no se cumple el régimen de esa ley, los talleres no son empresas, son dadores de trabajo. Hay un proyecto de ley, que dice que el tallerista se tiene que convertir en empresa y registrarse como cualquier empresa.

Hay una gran informalización del trabajo, que se produjo principalmente en la década del 90, como producto de las importaciones. Hay una investigación de hace varios años atrás Brasil que se llamaba como "Competencia Defensiva". La ley 12.713 está vigente, pero nadie fiscaliza. Siempre hubo talleres, pero los actuales tan informales, con mano de obra de extranjeros, mayormente bolivianos, tuvo su origen en los años 90. En todo el mundo se produce esta situación, existía tercerización de antes pero se agravó en esta década.

En China hay 8 millones de presos que tejen, esta situación tiene cero costo laboral. En la ley anterior hay que llevar registro de los operarios, registro de cuánto se les paga y registro de los aportes que se les hace.

La inversión requerida en tecnología es muy baja por eso existen muchos talleres, ya que es barato instalarlos.

Por otro lado está el tema del diseño de indumentaria y el auge que tuvo en la década del 90 y luego continuó en el 2000. Los diseñadores mandan a producir, no tienen empresa, y no sólo ellos sino grandes marcas también. Pero otras sí tienen talleres propios.



En Argentina no tenemos una buena estructura de confección de indumentaria, son muchos talleres pequeños. Eso es posible en Argentina debido a la comercialización, no hay grandes centros o empresas de comercialización de ropa. La venta se realiza en boutiques y esto hace que el mercado sea caro, no existe un gran almacén al estilo Harrods. Nunca se logró este estilo por el modelo de Argentina. Los productos fabricados en los talleres, no poseen calidad debido a la falta de tecnología en estos talleres. No hay tecnología para hacer una buena confección. En la industria textil se ha avanzado mucho y hay producción nacional de alta tecnología. Esto lo producen las empresas que tienen fábricas de verdad.

Hay mano de obra intensiva porque no hay tecnología y son obreros no calificados, por eso toman gente sin capacitación. En su mayoría la mano de obra es boliviana y peruana, gente que viene escapando de la pobreza, no hay un buen conocimiento de Argentina. En su mayoría trabajan mujeres, es producto del neoliberalismo de la década del 90.

Al nuevo proyecto de ley se opusieron los dueños de los talleres y los empresarios. Esta metodología es competencia desleal, en comparación con los que tienen plantas en serio.

El consumidor argentino no es muy conocedor y sigue a las marcas. Los productos se encarecen por los alquileres, los diseños y la marca, a pesar de la mano de obra extra barata.

Argentina no va a convertirse en una maquila como las de Centroamérica, donde además hay tratados especiales al respecto.

La **falsificación** de marcas es otro problema. Hay talleres que producen productos falsificados. *Una comisaría detectó talleres clandestinos.*

La calidad de la prenda viene dada por la calidad de la tela, de la costura y del diseño. Los talleres no tienen alto nivel de costura. Las marcas son signo de status, en especial las zapatillas y los jeans para las clases bajas.

Se manda a producir también a China. Se importa el producto terminado de China y también se manda a hacer.

La gran falencia de los diseñadores es la ignorancia sobre telas y sobre la tecnología. Ellos diseñan pero no saben si se puede hacer.

No todo el diseño se hace en forma manual. Las que tienen fábrica propia trabajan en forma no manual.

Centros productivos en Argentina: Capital Federal y conurbano, Mar del Plata (tejido de punto y algo de indumentaria), Rosario y está resurgiendo Córdoba (indumentaria). También hay un centro en Pergamino y Junín.

Algunas están en el sur, La Rioja, Catamarca, Tucumán y San Luis, por las promociones industriales, son fábricas verdaderas.

3 - Fundación Proteger

Entrevistado: Lic. Mariano Kestelboim

Organización: Fundación Proteger

Teléfono: 4797 - 8584

Domicilio: Av. Libertador 1311 - Vicente López, Pcia. Buenos Aires

E-mail: mariano@fundacionproteger.org



Página web: www.fundacionproteger.org

Fecha de la entrevista: 9 de septiembre de 2008

¿Cómo está organizada la producción de indumentaria en Argentina?

La producción está dispersa a lo largo de todo el territorio nacional. Sin embargo hay áreas geográficas donde se concentran algunas especialidades, por ejemplo en Pergamino hay un gran lavadero de jeans, que se llama Virasoro, que hace de embudo para la producción textil de Denim (jeans). También tienen planta en Rosario. En Pergamino hay alrededor de 150 talleres que trabajan para marcas, que emplean a 20.000 o 25.000 personas. Casi todas las marcas lavan sus telas ahí.

En Mar del Plata hay otro polo en tejidos, hay una gran empresa que se llama Mauro Sergio, que emplea a 900 personas en todo su proceso productivo. Exclusivamente en confección trabajan 500 mujeres.

En San Martín (Pcia. Bs. As.) hay otro polo, donde se confecciona de todo, pero especialmente tejido de punto.

En Capital Federal, en la calle Avellaneda (Bajo Flores), fuerte producción.

En Las Flores y en Pihué hay otro polo.

En Chaco se está formando un polo, propulsado por el algodón, ya que el gobierno lo está impulsando.

En La Rioja hay otro polo.

Hay lugares donde la producción de los talleres es intensiva. La industria de la indumentaria es la segunda actividad de Argentina, en empleo, en cantidad de empresas y en nivel de actividad. Después de alimentos y bebidas. En cualquier lado, hay una persona con una máquina de coser, está por todos lados.

¿Por qué se produce la tercerización?

La tercerización se produce en todas las actividades intensivas en mano de obra, en las cuales en la estructura de costos, el insumo trabajo representa la mitad del costo total. Todas esas actividades son informales. Cuanto más intensiva en mano de obra, más informal. Lo mismo sucede en marroquinería o calzado. Porque son microempresas, que producen a nivel artesanal.

Por otro lado los que quieren crecer tienen que salir a competir contra China, Sudoeste Asiático, en su momento Brasil, esto es una competencia desleal. Son países baratos porque las condiciones laborales son muy precarias.

En los 90 hubo un proceso de liberalización del comercio internacional. En el año 95 la caída del APB, el acuerdo sobre textiles y vestimenta, el ingreso de China a la OMC y la expansión de la India, crearon condiciones que le hacen muy difícil a la empresa competir. Además está el problema de la legislación laboral (ley actual), que dificulta mucho a los empresarios para regularizar la situación con los empleados y no hay incentivo para blanquear a los trabajadores.

Se estima que hay un 80% de la masa laboral en negro. Casi ninguna marca tiene su propia planta, es la parte menos rentable del negocio, no tanto por la inversión en sí sino por la gestión. Ello se avoca a la creación de la marca, posicionarse, esa es su actividad. Graciela Naum tiene.



La marca da un margen del 400% y el margen del confeccionista puede ser del 15% o 20%, para el confeccionista está bien, pero no es interesante para la marca. Si el estado no le obliga a contratar un taller en blanco, no lo va a hacer nunca.

El proyecto de ley simplifica el trámite de inscripción para los talleristas, pero no hay incentivos fiscales para los empresarios. El Estado debería subsidiar este tipo de actividades, por ejemplo por los aportes patronales.

Se manda mucho a fabricar a China, cada vez más. Las condiciones en las que ingresa la mercadería de China son muy desiguales. Los talleres nacionales pierden trabajo, y también los hilanderos, los tejedores, etc. El Estado debería intervenir, para proteger la industria. No se debería permitir la importación. Habría que regular el comercio porque las condiciones en las que ingresan las mercaderías de China, es muy desleal. Hay arancel de 35% a la importación.

El precio de importación de indumentaria china es de 12,25 usd, el Kg. de indumentaria de otro origen que ingresa a Argentina cuesta 22,90 usd. En los otros orígenes también está Malasia, Camboya, etc.. donde la mercadería también es barata. No se puede competir de esa forma. Habría que ponerle límites.

La ropa no es cara en dólares en comparación con los países sudamericanos (regionales) en los shoppings, tal vez sea cara respecto al poder adquisitivo de la gente. En 2008 Argentina exportó 100 millones usd en indumentaria. Es cara si se la compara con USA o con algunos países de la UE. Pero son mercados distintos. El estadounidense renueva el placard por temporada, el argentino no, la usa 4 o 5 temporadas. El mercado es más pequeño, la escala de producción no es tan grande. El valor de uso que tiene la ropa en Argentino es más alto que en USA.

El interior se abastece de La Salada (poco falsificado), en el interior la ropa es más barata. USA es el lugar más barato de ropa en el mundo.

Las exportaciones están creciendo un 10% anual desde hace 6 años. Se exportaban 40 millones de usd y ahora se van a exportar 100 millones usd.

Los talleres clandestinos no favorecen la actividad, si regularizan la situación no aumentaría el costo. Si se incrementa la estructura productiva, aumenta la escala, etc. Hay mejores posibilidades de posicionamiento, etc.

El estado no acompañó para la regularización de las empresas, la informalidad viene de antes esto, pero en los 90 se incrementó.

Es un sector pyme, hay un 93% o 99% de pymes en el sector. Habrá 100 empresas medianas y unas 10 grandes. Hay muchas empresas extranjeras, muchas brasileñas. En el gobierno de Menem se instalaron muchas empresas brasileñas. Brasil tuvo una política de desarrollo de la industria nacional por eso empresas de Brasil tienen más apoyo de su gobierno, más capacidad de financiamiento que las argentinas. Así compraron Grafa, etc. Lo mismo Santana en Chaco.

4 - Cámara de la Indumentaria

Entrevistado: Laura Codda

Organización: Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria

Teléfono: 4381 - 8919

Domicilio: Av. Rivadavia 1523, Piso 5, Capital Federal

E-mail: info@ciaindumentaria.com.ar

Página web: www.ciaindumentaria.com.ar



Fecha de la entrevista: 16 de septiembre de 2008

¿Qué le parece la legislación en cuanto a industria de la indumentaria en Argentina?

En términos generales las leyes están, se pueden mejorar, pero el marco jurídico está. El problema de la informalidad en esta industria pasa por:

- un problema social
- una decisión política de no terminarlo

El fenómeno apareció hace muchos años y fue creciendo hasta convertirse en una industria paralela.

Esto se produce también en otros países, sin embargo las diferencias con respecto a Argentina son las siguientes:

- En otros países son fenómenos más aislados y no existen ferias de las dimensiones de la feria de La Salada, cuya existencia es conocida por todos y está a la vista de todos, tanto público como autoridades.
- En otros países se falsifican grandes etiquetas, mientras que en nuestro país se falsifica cualquier tipo de marcas. El fenómeno en Argentina abarca todas las marcas, a veces se mezclan los productos originales con los no originales. Esto implica una mayor estafa, porque si compro una cartera de Dolce & Gabbana, a usd 60, se que es ilegal. Pero si compro un producto de una marca no tan reconocida, no es tan claro que no sea legal. Incluso hay casos en los que el producto falsificado es más caro que el original, esto se realiza con el fin de despistar.

La Salada es competencia desleal por las siguientes causas:

- Producción clandestina
- Falsificación de marcas
- Contrabando (el ingreso al país)
- Venta ilegal

Si se dan cualquiera de estas causas, se trata de competencia desleal. El fisco cobra un monto irrisorio para que puedan comercializar sus productos. Con el cual cuentan con el consentimiento de las autoridades. No a todos se les cobra lo mismo, según la ubicación, hay puestos dentro y fuera del predio. No hay políticas para contrarrestarlo.

En otros países no se produce este fenómeno. Se debe tomar la decisión política de hacer cumplir las leyes y darle una salida social a la gente que trabaja en La Salada. Se pretende hacer más igualitarias las condiciones con el resto de los comercializadores de indumentaria, equiparar con las empresas que cumplen con todo.

La moda se fabrica en forma tercerizada por una cuestión de flexibilidad, por oferta de las colecciones, ya que en una colección se ofrecen muchos productos distintos, una empresa no puede ser buena en fabricar todos ellos. Una marca puede ser buena en un tipo de prendas o dos, el resto tiene que encargarlo o comprarlo hecho. Es un tema de especialización, por eso la industria de la indumentaria terceriza su producción. El tema está en hacerlo en talleres legales.



Hay muchos talleres legales que intentan demostrar que ser legales trae sus beneficios, la voluntad de las marcas es que sea todo legal. La industria podría crecer más si se trabajara en forma más ordenada.

Argentina tiene un camino muy grande hacia la exportación, se exporta hace muchos años, pero lo que hay que hacer es consolidar las exportaciones. Un país exportador se consolida cuando tiene muchos años de una trayectoria importante. A nosotros nos falta después de una economía cerrada y de condiciones económicas malas. Para trabajar con el exterior es imposible en condiciones de ilegalidad.

Somos productores de prendas muy diferenciadas, no tenemos productos masivos en serie. Sino que producimos moda en series cortas, con mucho diseño, no vendemos productos baratos. Nosotros tenemos costos laborales altos y somos muy buenos en diseño. Para productos masivos, Brasil es muy bueno, y nos complementamos dentro del MERCOSUR.

Estos productos especiales se venden en mercados que requieren certificaciones de responsabilidad social empresarial, de calidad y de otros aspectos que hacen que sea más imprescindible contar con estas certificaciones. En algunos años más no se va a poder vender ni una sola prenda, sin estas certificaciones.

Esto implica un incentivo adicional para trabajar en forma legal, además que es lo que corresponde, es lo que hace crecer al negocio.

Hay empresas argentinas que mandan a fabricar a China, muchas lo hacen. Esto va cambiando con los ciclos económicos, las condiciones de mercado, hay ciertas crisis mundiales que pueden afectar. Cuando se evalúa el comportamiento de las marcas, se trata de importaciones complementarias, son algunos productos, no todo conviene y no todo da la escala para mandarlo a hacer afuera. Fabricar en China requiere de tiempo, de volúmenes y de planificaciones.

Lo que hacen muchas marcas es mandar a China algunos productos que son complementarios de los que fabrican acá. Esto les permite abaratar costos y compensar con productos más caros que se producen acá. De esta manera se amplía la oferta y se puede hacer un mix de precios.

El proyecto de ley va a traer mejoras en cuanto al trabajador a domicilio. Los empresarios reclaman previsibilidad, la ley va a traer más estabilidad.

Un aspecto de los talleres, es que éstos tercerizan a su vez en otros talleres. La Responsabilidad solidaria hace que el un tercero pueda accionar sobre el empresario. Esto genera inestabilidad. Es imposible de controlar. Se espera que la responsabilidad termine en el control que hace el empresario.

Hay algunos controles establecidos por la ley. Otro control es por capacidad productiva, es decir, ver tus maquinarias para ver cuántos pantalones podés fabricar por mes. Si tenés capacidad para hacer 20 y te doy 30, quiere decir que le estás mandando a otro taller la diferencia. Esta es la medida más sencilla para controlar, pero hay otros. Sumar controles que puede hacer el empresario para evitar la clandestinidad.

El tema legal (contratos, facturación) se desconoce.

Es un sector pyme muy atomizado, hay talleres por todos lados. Las principales zonas son: Capital Federal, Conurbano, San Luis, Catamarca, San Juan (Cuyo promocionado), Rosario (muy importante).



La tercerización comenzó en la década del 90, se abrió la economía, muchas empresas cerraron y nunca más abrieron. Se achicaban estructuras, había que flexibilizar.

Desde los 90 hasta ahora, más marcas venden directamente al público, en la década pasada había fabricante, un distribuidor, minorista, etc. , distintos eslabones.

Ahora las empresas tienen locales propios, se acercan al consumidor. Ahora la oferta es muy grande, las marcas ofrecen de todo, para lograrlo necesitan tercerizar. Para acercarse al consumidor.

Cambió el negocio y esta es una razón de por que existe la tercerización. No siempre es para reducir costos, a veces se gasta lo mismo. Se pierde eficiencia porque un mismo taller, trabaja para varias marcas. Avanzaron las marcas locales, que se destacan en diseño y se hacen fuertes en esto.

Caso Zara (Inditex) es la empresa más grande del mundo, también terceriza.

La tercerización permite flexibilidad y también permite tener mucha oferta y da fortaleza a las marcas. La marca se construye con varios productos, se genera una fidelidad.

Comercialización: no hay malls, nunca funcionó en Argentina, se desconocen las causas. En Chile y Brasil funcionan. Acá C&A y Falabella tienen más un negocio financiero que de venta de ropa. En Argentina funciona bien el shopping y no fue un fenómeno de una época, sino que sigue. Son estrategias y cosas que se dan naturalmente.

Cuando queremos exportar, se empieza con pequeños corners en tiendas de departamento, con la ventaja de estar en un salón con grandes marcas.

Viene Almacenes París, es una tienda de departamentos, competencia de Falabella. No sólo es ropa, hay de todo.

5 – PHVS-Visión & Estrategia – Especialistas RSE

Entrevistado: Lic. María Fernanda Soria

Organización: PHVS-Visión & Estrategia – Especialistas RSE

Teléfono: 4732 - 0142

E-mail: mfsoria@phvs.com.ar

Página web: www.phvs.com.ar

Fecha de la entrevista: 5 de noviembre de 2008

¿Cuál es la vinculación entre la Responsabilidad Social Empresaria (en adelante denominada RSE) y la tercerización en la industria de la indumentaria?

Hay tres ejes centrales que son:

- Problemática social que esto genera.
- Cuidado del medioambiente por la producción.
- Consecuencias económicas para los empresarios de la indumentaria.

Este es un problema mundial. En nuestro país y en toda Latinoamérica, principalmente se consideran los derechos y las condiciones laborales en las que se producen las prendas. El cuidado del medioambiente y las consecuencias económicas se consideran en menor medida.

En Argentina y en el mundo hay legislación y hay certificaciones para evitar la informalidad en la fabricación de la indumentaria. Ahí tenés que averiguar acerca de las certificaciones.



En algunos países están pidiendo certificaciones de calidad para la indumentaria que se importa. Razón por la cual Argentina va a necesitar este tipo de certificaciones, de lo contrario en algunos años más , las empresas nacionales no podrán exportar. ¿Se está haciendo algo al respecto? ¿La certificación que se utiliza es la ISO 26000?

La ISO 26000 no está enfocada específicamente al tema de la indumentaria. Yo te recomendaría SA 8000, que está más orientada al tema de la indumentaria, de acuerdo a mi modo de ver. La norma ISO 26000 no llega a ser una norma, es una sólo una recomendación para las empresas.

Esta certificación internacional es un standard, creado por SAI, hace alrededor de diez años, que está enfocada básicamente en los derechos humanos. En Argentina hay seis empresas certificadas, que no son textiles.

En la consultora, para nuestro trabajo cotidiano, utilizamos los indicadores de SA 8000 para contrastar la realidad que viven las empresas textiles y saber hasta dónde alcanzan estos estándares. Por ejemplo trabajo infantil, el incendio de los talleres (hubo un incendio en Flores donde murieron seis personas, uno o dos eran niños), trabajo forzoso, toda la realidad que vivió Argentina con lo que se llamó trabajo esclavo.

A partir de esa situación hay empresas que son responsables y te dicen vamos a trabajar en esto y se animan a hacer esta comparación. Para lo cual se toman los estándares y se contrasta con su realidad. Es para ver qué estamos cumpliendo y hasta dónde queremos llegar. Tal vez no para certificar, ya que es muy complicado.

No quiero criticar a los empresarios, de ninguna manera, crisis tuvimos muchísimas y yo creo que el hecho de no tener una planificación a largo plazo, en todos los aspectos: productivos y económicos, van atados de la mano. Nosotros vemos temas como las horas extras, la jornada laboral, en las cuales se trabajan 14, 15, 20 horas, hasta que terminan esa producción. Esto es producto de una mala planificación.

Esto existe en Argentina actualmente, es una realidad. Esto es producto, a mi modo de ver, de una falta de decisión estratégica por parte de los empresarios, que les gusta ganar todo junto y el otro una planificación de largo plazo. Esto hace que la empresa no sea sostenible y por ende los talleres no sean sostenibles. Provocan una cadena de desvirtuosidad terrible. Y eso provoca las crisis y se espera que muchos pierdan el trabajo, no hay continuidad laboral.

Hablamos en primer lugar del cumplimiento de las leyes del país, ahí hablamos del tema de la legalidad. Pero en realidad cumplir con la ley es un aspecto de la RSE. pero no es todo. Sino que hay que dar un paso mas.

Mi percepción es que las empresas de indumentaria están lejos de cumplir la ley, entonces más lejos están de dar un paso más. Les da lo mismo los empleados, la jornada laboral, quieren cumplir con esa producción, el resto no les interesa.

También hay que pensar que está la gran marca, que tiene el gran peso de la responsabilidad y después está el tallerista que también explota o que también tiene su propia producción y a su vez terceceriza. Subcontrata talleres donde las personas estén en pésimas condiciones ambientales laborales, no tienen protecciones.

Hace poco estuve en un lavadero en Capital, hice una recorrida a la planta y las personas no tenían protección, me respondieron que no las quieren usar. O estaban en ojotas y les chorreaba agua. Creo que hay cuestiones de derechos humanos básicos que nadie está cumpliendo.



¿Nadie fiscaliza que se cumplan estas normas? Porque en cualquier taller de otra industria (metalúrgico, etc) va a la ART o la Municipalidad y controla que el piso esté pintado de tal color, o que los caños estén pintados de cierto color, etc? ¿Por qué esta actividad es un mundo aparte, por qué están impunes?

Es una cuestión de decisión política, es el gobierno que no quiere meterse. Hay poco control, es uno de los puntos débiles, la falta de control y la falta de exigencia del consumidor.

Cuando fueron los incendios de la calle Viale, hubo una marca que fue Kosiuko, que fue la más acusada. Por lo que pude ver al consumidor joven, que era quien consumía el producto. no le interesó el tema. No bajaron sus ventas, todo el mundo miró para el costado.

Sin embargo hay empresarios como es el caso de Graciela Naum, que es la diseñadora de la Princesa Máxima, que hizo exactamente lo contrario. Se vio involucrada en el tema de los incendios, quizás no directamente, pero sí indirectamente. Se encontraron prendas con etiquetas de su marca en algunos de estos talleres que se incendiaron.

Esta empresaria realmente se encontró con un cuadro emocional terrible y tomó una responsabilidad en el asunto para cambiar. Comenzó con un programa de RSE, nosotros le hicimos los relevamientos en todos los talleres, vimos en la situación en la que estaban, hicimos un plan de mejoramiento para los que estaban mal. Ella invirtió mucho, se logró fortalecer la cadena de proveedores. Ella recobró prestigio, a partir de los incendios de Flores, si se ve quién hizo algo en RSE, fue Graciela Naum. Un dirigente de la Cooperativa La Alameda, Gustavo Vera, habló en televisión diciendo que la única que había hecho algo, provocando un cambio, había sido Graciela Naum, el resto miró para el costado y siguen facturando.

Y tienen esa ideología, no digo la mayoría, porque hay muchos que quieren cambiar las cosas. Pero conozco, he hablado con muchos empresarios y realmente el tema no les interesa, piensan que de todas maneras pueden seguir vendiendo porque nadie les reclama otra cosa. Piensan que todos se benefician, y si es ilegal, en negro, no les interesa, no les interesa los beneficios de los trabajadores. nada, no les interesa nada. Sólo ganar. Les interesa el tallerista del primer escalón, si éste terceriza o no, no les importa.

Por parte del gobierno, ¿hay un vacío total? Porque hay un proyecto de ley para derogar la antigua ley de Trabajo a Domicilio de 1941. ¿Trae verdaderas mejoras esta nueva ley?

Hay un proyecto de ley. No provoca demasiados cambios, simplemente lo que hace es que se pueda generar un vínculo entre la marca y el taller, a través de un contrato de servicios directos y cortar la responsabilidad de la marca ahí. Ese tallerista a su vez, puede subcontratar, pero es tratado como un empresario particular. Si va a haber control sobre este tallerista importante, que tal vez tiene 20, 30 o 40 empleados, para mí ya tiene el carácter de empresario, tiene que tener su personal en relación de dependencia.

¿Cómo se maneja la relación empresa-taller en la actualidad, hay un contrato entre la empresa y el taller o es de palabra? ¿Los talleres les facturan legalmente?

Informalidad total. Contratos no hay, facturación hay.

Algunas marcas se están preocupando por controlar, después de todo lo que pasó, lo que más se valora es el valor intangible que genera la RSE. Que no les toquen la marca. Una vez un empresario me dijo hace poco: "Lo que yo construí en 20 años, no quiero que nadie lo termine en horas".

El gran valor es el marca. Algunos empresarios piensan que con que haya un vínculo fiscal, ni siquiera legal, pueden tener talleres que siguen cosiendo para una marca, le dan una factura y ya está. Pero hoy en día esto no existe, no alcanza con una factura, sino que es necesario que haya



buenas condiciones laborales, que haya matafuegos, iluminación, ni hablar de los beneficios sociales, salud, etc.

Y además una buena programación de la producción, porque no hay continuidad. Hay un problema de estacionalidad, hay algunos meses en el año en los cuales no hay trabajo, la gente se queda sin trabajo, o migran de un taller a otro. Conocí hace poco un par de talleres que tenían todo programado de tal manera que tenían trabajo todo el año.

El que sabe hacer bien las cosas hace una previsión financiera y de la producción para tener trabajo todo el año, pero hay mucha ignorancia por parte de los empresarios.

¿No sólo hay trabajo ilegal en talleres sino también en los domicilios?

Sí, en todo el país. En Pergamino (Pcia. Bs. As.) hay muchísimos talleres y casas de familia que uno no se imagina y adentro fabrican ropa. Son mujeres en sus casas trabajando con una máquina de coser.

Estuve entrevistando a una señora de Pergamino, y le pregunté si iba al médico, además la veía triste, muy cansada, le dolía la espalda. Me respondió que hacía 18 años que trabajaba de eso, era su vida. No sabía hacer otra cosa, le gusta su trabajo. Se levanta a las 7 de la mañana, se prepara un mate y se sienta en la máquina a coser hasta las 11 o 12 de la noche, depende la cantidad de trabajo. Eso es inhumano, es una locura. ¿Cuántos años más va a seguir? No se va a poder jubilar, no tiene obra social.

De pronto una mujer perdida en una calle de tierra de Pergamino, yo le pregunto para qué marca trabaja y me nombró dos o tres marcas que están en Palermo SOHO o en un shopping. Esa es la inmoralidad del empresario argentino. Esto no puede ser, eso se tiene que terminar. Esa brecha tan enorme entre la modista de Pergamino y el que comercializa el producto.

Quizás si se lograra concienciar a la gente de que manera está fabricada la ropa, porque mucha gente lo ignora. Si se hiciera alguna campaña, podría empezar a cambiar la situación. ¿Lo ve factible?

A mí me parece que tal vez se logren algunos líderes empresariales, que puedan distinguirse, que puedan certificar, que creen vínculos con sus talleristas. No ahora, en 4 o 5 años y esos hagan punta, los "campeones empresarios".

Una vez que tengamos estos líderes, el resto va a quedar afuera, con lo cual tal vez quieran imitar ese modelo. Hasta que aparezca alguno que trabaje con los bolivianos en forma legal y que no se aproveche de la idiosincrasia de este pueblo. Son muy trabajadores y excelentes sastres.

Hay un concepto muy europeo que dice "el rostro detrás del producto", yo creo en eso, yo quiero conocer el rostro detrás del producto. Hay una marca que se llama Kuyichi, nosotros trabajamos para ellos, son un gran ejemplo. Son una marca de jeans holandesa. Lo formaron un grupo de diseñadores europeos, que decidieron desarrollar el concepto del rostro detrás del producto.

Las prendas de alta costura en Europa tienen un distintivo que es un botón azul (bottom blue) en la parte interior de la prenda. Ese botón tiene un código de barras, vos ponés el número del código en la web (www.made-by.org) y aparece quién lo fabricó, conocés hasta el último hilo. Te abre todo por prenda.

El botón azul no es obligatorio, se creo a raíz de la demanda de los consumidores, las exigencias de los consumidores europeos, no son las mismas que las de acá. Hay barreras arancelarias, poco a poco no van a ingresar nuestros productos a Europa.



Este es un caso muy interesante. La palabra Kuyichi es incaica, porque el algodón con que se fabrica es orgánico. Se produce en Perú por una cooperativa peruana, que se llama Oro Blanco. Ellos fabrican la tela para estos jeans, que están orientados a un público joven (no más de 25 años) y son caros, de alta costura. Hay locales en París, en Amsterdam. Un porcentaje de lo que gana Kuyichi va a la cooperativa, se retroalimenta. Se utiliza algodón orgánico porque la planta del algodón, es la planta más dañina para el medio ambiente, es la peor del mundo. Por el consumo de agua y de pretroquímicos que necesitan. En Europa, Adidas, Nike, están experimentando con cáñamo, con egeo, que proviene del maíz, soja y ortiga para reemplazar al algodón. Los jeans de Kuyichi no contienen toda la materia prima de algodón orgánico, lo van incrementando, pero tienen un 70% u 80% de este tipo de algodón. Esto encarece los costos, pero siempre digo esto para demostrar que se puede hacer.

Esto ha llevado mucho tiempo, nosotros en Latinoamérica, queremos todo en el corto plazo. Nosotros hemos hablado con el dueño de Kuyichi y nos dijo que ellos tardaron 10 años en lograr esto, no es fácil. Los empresarios europeos prefieren ganar un poco menos, pero tienen el concepto de "sostenibilidad", ganan menos, pero en la suma de años, ganan más.

El tema de la ecología en Argentina para la indumentaria. ¿Se toma en cuenta? Porque es una industria muy contaminante, por los tintes, el algodón, etc.

No hay conciencia en nuestro país. Partamos de lo más macro, el tema medioambiental en Argentina no se toma en cuenta. Yo estuve haciendo un estudio el año pasado en la industria del calzado, y los residuos más tóxicos que son los pegamentos, los tiran a la calle, como si fuera basura común.

Hay algunas empresas que están experimentando con pegamentos alternativos, que son inocuos, pero otros se van al extremo y tiran todos los envases de pegamentos a la calle.

¿No hay legislación al respecto?

No hay políticas y me indigna. Justamente ahora muchos talleres textiles se están trasladando del otro lado de la General Paz, porque no hay legislación y no hay control.

¿En el conurbano hay muchos talleres textiles, en el partido de San Martín?

En los últimos años se han ido a Merlo, me he recorrido Merlo (Pcia. Bs. As.) y encontré muchos talleres. Nos dicen nosotros estábamos en Capital, pero nos persiguen con la habilitación, entonces nos vinimos a Merlo.

En la ribera del río Reconquista, es impresionante, en el medio del campo había un taller. ¿Ustedes de dónde vienen? "Estábamos en Flores, pero nos pedían autorización, entonces nos vinimos para acá".

Son buena gente, ellos tienen su forma de vivir o de ver las cosas. Le preguntamos por qué no habilitan el taller, y nos contestaron: "Nosotros fuimos a la Municipalidad, pero nos dijeron que la habilitación es para una fábrica, vos que tenés 3 o 4 máquinas, no necesitás. Quedate en negro".

No hay legislación para eso. Nosotros le pedimos el teléfono de la Municipalidad para ir a preguntar. En la Municipalidad nos respondieron que requiere habilitación, un taller que posea más de 20 máquinas. Un taller que tenga 5 o 6 máquinas no hay que habilitarlo.

Un dilema que a nosotros se nos planteaba era que, nosotros vamos visitamos los talleres, vemos todo lo que está mal. Y que se hace? Se cierra el taller y se deja a la gente en la calle? ¿Esa decisión hay que tomar? Y mientras tanto que hacemos?



Otro gran problema en Argentina es la gran burocracia para hacer trámites en la Municipalidad o en AFIP. Ponen muchas trabas, en lugar de ser rápido, fácil, expeditivo, eso no favorece. Debería facilitar las cosas para que el empresario pueda cumplir con la ley.

Esto incluye varias cosas. Una es que hay un grado de responsabilidad por parte del gobierno, que no toma este tema en serio. Te cuento lo que nos pasó con Graciela Naum. Vamos al gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, primero nos recibió el Ministro, se sorprendieron que vaya un empresario a hablar con ellos, en lugar de escapar como lauchas.

Fuimos también con la Embajada de Holanda que nos acompaña siempre con esta lucha. Esto fue con el gobierno anterior, de Telerman. Se armó un equipo y se evaluaron las mejoras, etc. En ese interín estaban las elecciones en la Ciudad, creo que fue en julio 2007, en las cuales Telerman pierde.

Nosotros seguimos yendo y lo que queríamos era un subsidio para las mejoras. Hasta ahí todo bien, vieron el caso, pero cuando hubo que empezar a trabajar, no hicieron nada. Hubo un parate desde julio hasta diciembre, por las elecciones. No funcionaba la secretaría, por lo tanto nuestras carpetas se cajonearon.

Cambia el gobierno, fuimos de nuevo. Nos costó un triunfo la entrevista, pero volvimos con la carpeta. La reunión fue imposible. El funcionario había asumido en diciembre, la reunión fue en abril o mayo 2008. Dijo que se estaba reacomodando, que no conocía el tema, que no estaba al tanto. Nos dio un consejo sobre reestructuración de personal. El gobierno, en lugar de fomentar el empleo, nos dijo de echar gente. Hay 22 talleres, donde la gente que trabaja ahí, a su vez tiene a sus familias. Por qué no tomamos esto para trabajar en conjunto, conocemos la problemática. Nunca más volvimos a tener contacto.

Los diseñadores argentinos son muy buenos, se destacan por sus diseños. Según nos informaron en la Cámara de la Indumentaria, Argentina se destaca en exportar diseños exclusivos. Pero los mercados a los que quieren enviar su producción, solicitan certificaciones de calidad, que Argentina no tiene. ¿En algunos años más no va a poder exportar más?

Hay normas, hay un acuerdo que se hizo en el año 2005, a partir del cual hay barreras no arancelarias para los productos latinoamericanos. Requisitos en cuanto a los derechos laborales, a las condiciones laborales en las que se producen prendas. Esto es por todo el problema que hubo en China.

Te doy un ejemplo muy general, en el año 2010, en las importaciones que realicen los países europeos, los proveedores deberán cumplir requisitos de RSE.

¿Los empresarios locales que opinan? Argentina es un mercado muy pequeño, sería interesante que puedan exportar.

Yo tuve una experiencia muy fuerte en la industria del calzado, te puedo hablar de esto que es lo que tengo más cerca. A los empresarios no les interesa, les interesa Chile, USA, Europa no.

Kuyichi conocía los cueros argentinos, y el año pasado quisieron hacer una experiencia piloto. Querían contactar empresas locales para que pudieran colocar sus productos afuera.



Nos contactó a nosotros, contactamos 100 empresas, el requisito era que tuvieran una experiencia previa en exportar. Hicimos entrevistas y un estudio ambiental, seleccionamos 12 empresas que nos parecía que cumplían con los requisitos.

Vino el auditor holandés, analizó y no quedó ninguna empresa argentina, ninguna puede exportar en las condiciones en las que fabrican.

No pudimos hacerlo. El programa de negocios, donde se le pagaba al empresario un plus del 10% más del precio de mercado internacional, y un 5% se iba a destinar para hacer un fondo para hacer las mejoras necesarias en los talleres.

Lo que observé del empresario argentino es que no lo quiere hacer, no le interesa, no tienen la voluntad para hacerlo. Ellos piensan que tienen una determinada capacidad productiva y con eso les alcanza, para qué se van a expandir. No les resulta atractivo meterse en toda una complicación, sino le interesa el mercado europeo. Era una buena oportunidad de negocio. Estuvimos en Europa y tienen una mentalidad totalmente diferente.

¿A nivel interno, se piensa en hacer alguna certificación?

El INTI, la certificación se llama Compromiso Compartido. Está muy armada de acuerdo a los indicadores de SA 8000 y adaptado a la realidad argentina. Creo que tomaron como madre la SA 8000 porque los indicadores son esos, trabajo infantil, trabajo forzoso.

Es una certificación, que se está ofreciendo desde el año pasado a las empresas. No se cómo les está yendo. Lo veo complicado. Para certificar, la empresa tiene que contratar una consultora, que le haga todo el estudio, para ver si cumple los requisitos para certificar.

Tengo un par de clientes de indumentaria, que certificar lo ven lejano. Porque tienen 20 o 30 talleres. Tienen por ejemplo 5 talleres directos y 15 no directos, ¿cómo se controla esto? Es imposible.

Si quiero certificar, puedo hacer un contrato o una carta donde me comprometo que no voy a esclavizar personas, etc. Yo certificadora, no le doy la certificación.

¿Qué pasa en otros países? Brasil por ejemplo.

En Brasil, llegás a la puerta y te encontrás con todas las certificaciones. En los talleres de allá no hay olores. He ido a Brasil a empresas donde hay 2000 personas trabajando y el empresario, el CIO es accesible, no es como en Argentina que no te reciben. Hablé con un empresario brasileño que tenía beneficios para sus empleados y me dijo que lo hacía no por una cuestión humanitaria, sino que para él era más negocio, ganaba más dinero así.

Un empresario brasileño me dijo que el lago que tenían en la planta, fue a pedido de los empleados, ellos lo habían diseñado. Les gustaba para recrearse la vista, y así trabajaban mejor. No había seguridad en la puerta, y cerca había favelas, pero nadie le hacía nada a la empresa. Hay pactos de honor, hay palabra. Acá no existe esto, nosotros desconfiamos de todo, es la idiosincrasia nuestra. Fijate en el caso que conté anteriormente, se perdió todo un negocio por no provocar un cambio.

¿Hay en Argentina algún avance con la Ropa Ecológica?

Sí, en Jujuy hay mujeres tejedoras que trabajan con lanas y tinturas naturales, como cebollas o remolachas. Es un proyecto dirigido por el diseñador Martín Churba. En la villa 31 encontró un grupo de tejedoras y están trabajando. Está buscando tejedoras para estos productos artesanales y ecológicos.



¿Llegamos al extremo que por ser Argentina un país barato, otros países envíen sus producciones a la Argentina?

No creo que el foto esté ahí. Incluso hay empresas que mandan a hacer en China, porque es más barato.

No pensamos que todos los talleres en China son malos. Hay un tema, hay un empresario que lo puedo nombrar, Tom Schulz, que me contó que fue personalmente a China, para que no le suceda esto de tener un taller con gente en malas condiciones. Fue a buscar un taller que esté en perfectas condiciones, porque acá no podía concentrar la producción totalmente.

Pero hay otras empresas que delegan la tarea de buscar un taller en un broker, este actúa como un intermediario y le consigue cualquier taller en China que sea barato, sin fijarse si es bueno o malo. Por qué no salimos nosotros a buscar, en realidad lo ideal sería que lo hagamos en Argentina.

Uno de los temas con los talleres, que los empresario ni saben cómo es el taller. Yo les pregunto a los talleristas: "¿Para qué marcas trabajás?" y me lo dicen. La pregunta que viene después: "¿Algún representante de esas marcas, vino a ver las instalaciones? Y me dicen que no. Va una persona en camioneta, le lleva la tela y después viene a buscar la producción terminada.

Entonces Graciela Naum puede tener muy buena voluntad, pero hay una competencia desleal espantosa. Esta gente trabaja con costos muchos más bajos que ella. Ese es un tema, una empresa que quiere hacer las cosas bien. Le exige factura a los talleristas, los talleres van a preferir trabajar con el que no exige nada y ni va a ver el taller.

Una empresa que nos contrató ahora, uno de los denunciados, son geniales. Armaron un equipo financiero y otro con la parte social. Entonces estamos arriba de los talleres todo el tiempo. El edificio principal de la marca no es todo, hay más gente trabajando.

¿Qué pasó con el Proyecto de ley de la Ley de Trabajo a Domicilio?

El proyecto de ley fue idea de la Cámara de la Indumentaria, que fueron quienes empujaron la idea. Primero fue al Ministerio de Trabajo, luego pasó al Poder Ejecutivo y de ahí fue directo al Congreso. Ahí quedó por el momento.

Igualmente hay mucha resistencia para hacer las cosas bien. Lo que hacen ahora es: a los talleristas los inscriben, les dan el dinero para que ellos inscriban a sus empleados y para que paguen sus obras sociales. A mí no me cierra. Ellos dicen que así está bien. Hay muchos operarios indocumentados también.

6 - Entrevista Graciela Naum

Entrevistado: Graciela Naum de Aguirre

Organización: Graciela Naum

Teléfono: 4831 – 0108 / 4832 – 9992

Domicilio: Armenia 1565, Palermo, Capital Federal

E-mail: gra@graciela-naum.com

Página web: www.graciela-naum.com

Fecha de la entrevista: 25 de noviembre de 2008



Centré el estudio de mi tesis en la tercerización en la industria de la indumentaria en Argentina, ya que me llama la atención el alto grado de informalidad que tiene en comparación con otras industrias.

Si uno quiere puede trabajar bien, eso es posible, hay muchos talleres y empresarios que de hecho lo hacen.

Yo me vi involucrada en el incendio de la calle Viale, fui una de las empresas denunciadas por la cooperativa La Alameda, la más perjudicada de todas las empresas denunciadas, porque me hicieron un juicio.

Un sastre boliviano hizo una denuncia que decía que durante más de diez años había sido explotado en un taller, donde se confeccionaban prendas para mi marca. Finalmente me hice cargo de pagar la indemnización y todo terminó.

Fue un gran perjuicio para mí, a tal punto que yo diseñaba ropa para la princesa Máxima de Holanda y después de esto recibí una carta del gobierno de Holanda. Estaba escrita en nombre de ella, y decía que por las irregularidades en el modo de producción y al utilizar mano de obra no legal, la princesa no podía continuar adquiriendo mis productos.

A esto respondí diciendo que iba a hacerme cargo del asunto e iba a investigar a los talleres que trabajaran para mí. A lo cual volvieron a responderme diciendo que era un paso adelante en todo este problema.

¿Finalmente perdió a la Princesa Máxima como cliente?

No, actualmente sigue siendo mi cliente.

Entonces como todo esto me deprimió muchísimo, fue un golpe muy duro en mi carrera, yo hace 20 años que estoy en esto, entonces decidí hacer algo.

Junto con mi marido que es abogado y me ayudó muchísimo, llamamos a algunas consultoras especializadas en el tema, pero verdaderamente nadie sabía que había que hacer, sólo sabían que tenían que cobrar mucho dinero.

Hasta que encontramos la consultora de Pierre, ellos trabajaron muy bien. Visitaron los talleres, hicieron todo un relevamiento para ver en qué condiciones estaban trabajando. Y con este asesoramiento me quedé con los talleres que respetan las condiciones laborales dignas.

Los talleristas son buena gente, a veces hay casos de ignorancia, pero cuando uno les dice que lo deben hacer para cumplir con la normativa y poder continuar siendo proveedores, es esmeran por lograrlo.

Por supuesto que también juegan las razones económicas, no todos pueden poner todo en orden como quisieran.

Los bolivianos son excelentes costureros, les gusta estar en familia, no se separan jamás. Ellos vienen a la Argentina todos juntos, no viene primero el padre y luego el resto de la familia. Les gusta vivir en el mismo lugar de trabajo. Son correctos, no demasiado cálidos, sino que son parcos, pero muy trabajadores. No son arraigados a un lugar, van donde ganan dinero.

¿Se vio muy perjudicada su marca, la imagen?



Al principio sí, fue terrible. Pero yo me propuse atacar el problema, y así lo hice. Hoy estamos bien, con una buena imagen.

Usted es una de los pocos empresarios que les interesa el tema.

Sí, lo se. A veces yo les digo a algunos colegas, pero en verdad no les interesa. Yo no sabía de todo esto, me vi involucrada y fue un golpe terrible para mí. Pero ahora he profundizado en el tema y estamos mejor.

Hay una certificación en Argentina otorgada por el INTI para certificar que una empresa está trabajando correctamente a lo largo de toda su cadena de valor. ¿Tiene conocimiento al respecto?

No, no sabía. Pero me parece excelente que se esté trabajando al respecto.

7 - INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial)

Entrevistados: Javier Armesto y Horacio Urbe

Organización: INTI

Teléfono: 4724 – 6200 / 6300 7 6400

Domicilio: Colectora de Av. Gral. Paz 5445, San Martín, Pcia. Buenos Aires

Página web: www.inti.gob.ar

Fecha de la entrevista: 17 de diciembre de 2008

¿Por qué hay tanta informalidad en la industria de la indumentaria?

El INTI hace más de 20 años trabaja con la calidad de la industria. A partir del año 1985, se pensó en trabajar en la gestión de la calidad, para dar soporte en la organización de las empresas.

En la década del 90, empezaron a haber requisitos en el tema de calidad, en base a las normas ISO 9000, se incorporó el tema de la gestión ambiental. Desde principios de 2000, se vislumbraba el tema de la RSE.

La década del 90 fue muy complicada para la indumentaria, por las importaciones y un tipo de cambio que hacía que no fueran competitivos. Fue muy agresivo, la industria no tenía barreras de entrada, no sólo las prendas, sino también las telas que debajo de cierto gramaje ingresaban sin aranceles.

Hubo muchas pérdidas de fuentes de trabajo y ahí comienza la etapa en la cual las empresas, con la búsqueda de la supervivencia, comenzaron a tercerizar en forma descontrolada.

¿Hasta ese momento no había tanta tercerización en esta industria?

En años anteriores los empresarios tenían la producción adentro y luego empezaron a tercerizar en un proceso que duró 15 o 20 años. Antiguamente siempre fue en negro el trabajo de los talleres. Antes se dividía por zonas según los salarios, Pergamino estaba en la zona más baja de todas, la zona D. Allí estaban y siguen estando muchos talleres. Y en las afueras de Pergamino, como Arrecifes, también hay talleres. En un principio tenían margen para trabajar legalmente, pero después la única condición para sobrevivir era trabajar en negro, porque los precios no subían, para competir con lo que ingresaba del exterior.

¿Era por la ropa que se importaba de China?



Se dice de China, pero depende qué producto venía de China. Había algunas marcas de camisas, se abrió una cadena muy grande que vendía camisas, después desapareció porque no cerraba con las medidas nuestras, eran talles equivocados.

El accidente de marzo de 2006 en la calle Viale, fue un hecho que sirvió para hacer algo. Puso al descubierto una problemática anterior, como circuitos de inmigrantes poco transparentes, trabajo infantil, condiciones indignas de trabajo en las empresas, trabajo en negro, o forzado en muchos casos.

Ese accidente marcó un antes y un después para todo el sector, ya que todos tomamos un poco de conciencia, el Estado, las cámaras empresarias, las ONG, el consumidor. Y tuvo continuidad, se pensó que eso se iba a olvidar, pero no fue así, siempre se nombra el tema y quedó instalado en la sociedad.

También la gente de la cooperativa La Alameda siguen trabajando en el tema. Empezaron a surgir juicios por el tema.

Al principio eran pocas personas las que tenían estos problemas, hoy son familias enteras, provenientes de Bolivia, que tienen esos talleres, no vienen solos, trabaja la familia completa, por eso hay trabajo infantil. Les resulta atractivo que tener vivienda en el mismo trabajo. Por eso hay barrios, como Perito Moreno o Villa Madero.

Más allá de denuncias judiciales, hay fallos que han facilitado que, cuando se terceriza, una persona que está en un nivel bajo de la cadena de talleres (cuando un taller a su vez subcontrata), puede accionar sobre la marca, saltando los talleres intermedios. Antes quedaban trabados los juicios porque no se podía hacer. Tenían que acceder por cada taller, y a veces no eran solventes. Ese tipo de fallos se están dictando. Hoy las condiciones han cambiado, lo cual hace que se vea la problemática desde otro lugar. Hay un tipo de cambio distinto y además se trata de una industria que se caracteriza por el diseño y por el valor agregado, con lo cual no se debe trabajar desde una tercerización descontrolada.

El INTI creó una certificación, ya que no tiene un rol de policía, nosotros no somos inspectores. No actúa desde la denuncia, sino desde la asistencia a la comunidad, desde la docencia.

Se lanzó el programa en 2006 y vinieron a preguntar muchísimas empresas, pero no estaban en condiciones de certificar, si bien iban a seguir trabajando en el tema. Todavía no hay ninguna empresa certificada.

Para certificar hay que cumplir cuatro requisitos:

- Ausencia de trabajo infantil
- Ausencia de trabajo forzado
- Condiciones adecuadas de seguridad e higiene
- Trabajo registrado

Las empresas no tienen manera de controlar si los talleres cumplen con los requisitos, si a su vez estos talleres subcontratan. ¿Es así?

Sí, pueden hacerlo. Hay empresas extranjeras que mandan auditorías para controlar esto. Graciela Naum pudo, lo que pasa que lleva tiempo y es costoso.

Cuando se quiere ahorrar, la variable de ajuste es la gente, es una forma un poco perversa que hoy, se está cuidando un poco más.



Esto no es sólo la mano de obra, que representa el 30% del costo de la prenda, hoy en día se consiguen telas en negro, que representan el 70% del costo de la prenda. No son importadas, son fabricadas en Argentina. No hay voluntad de solucionar este problema.

El sentido que le dimos al programa fue comenzar con el Ministerio de Defensa, que lo que hizo fue adherir al programa, en el sentido de comprar a talleres que tienen todo en orden.

Con el programa vamos de a poco, muchas empresas están en camino de mejorar las condiciones. El tema es si quiere hacerlo. Una vez que lo haya hecho es importante demostrarle a la sociedad el cambio.

Si una empresa quiere certificar, ¿qué tiene que hacer?

El INTI hace el diagnóstico inicial, y el camino se puede hacer internamente o con ayuda externa. Las auditorías las hace el INTI, la gente que hace el diagnóstico y los que certifican son gente distinta del INTI mismo.

Cuando comenzamos tratamos de identificar a qué nichos se podía orientar. Ahí se intentó ir al Estado, por eso se empezó con el Ministerio de Defensa, que consume uniformes. Se intentaba comprar a empresas que cumplieran con los cuatro requisitos. Hoy hay 38 empresas que le venden a este Ministerio, que cumplen con los cuatro requisitos.

¿Todas las empresas tercerizan su producción?

Hay empresas que tercerizan, pero los talleres están en buenas condiciones, por lo menos en el primer cordón, porque puede haber tercerizado de tercerizado. Muchas veces la variable de ajuste es la mano de obra y ahí se comienza con la mano de obra.

En el interior hay bajos salarios, pero baja productividad. Hay pueblos enteros que se dedican, como Pergamino, que también tiene sus alrededores, como Sarmiento, 9 de Julio, Chivilcoy, Saladillo, etc. Y los caminos de tierra también, donde hay familias que se dedican a eso, que le llevan y le van a buscar las telas y ellas producen. Así como en Luján casa por medio hay un telar en el garage, en estas localidades de la provincia de Bs. As. hay mucha confección.

Es un sector que con poca inversión, se puede comenzar, esto favorece la informalidad. Las barreras de entrada casi no existen, cualquiera con una máquina de coser puede empezar. El sector creció mucho últimamente, a pesar que en los últimos meses cambió el ritmo de crecimiento, por la crisis mundial.

¿En Argentina la única certificación es la de ustedes?

Sí, no hay otra certificación en indumentaria. Está la SA 8000 y la ISO 26000, que son internacionales. No se está trabajando para certificar. Hay una empresa que tiene la RAP, es Vanity Fair, que es un sistema americano de certificación. Está ubicada en Aimogasto La Rioja. Hay un organismo americano de certificación, que surgió de las denuncias que tuvieron en Oriente, para definir criterios. Hay dos empresas de indumentaria grandes en Argentina que exportan, que lo tienen.

Nuestro programa hace foco en los requisitos básicos, nosotros vamos a los talleres y constatamos que la cadena esté bien y no actúe como pantalla.

Por parte de las autoridades, ¿hay alguna medida para La Salada?



Nosotros no somos policías, es un tema de los municipios. Cuando se produjo el incendio de la calle Viale, que no ha sido el único, hubo otros accidentes no fatales, el Gobierno de la Ciudad, tanto del gobierno anterior como de esta gestión, ha intentado buscar una solución. Aumentaron las inspecciones, fueron más estrictos con las habilitaciones, etc.

Lo que sucedió es que los talleres que estaban en Capital pasaron a Provincia, ya que no le exigían nada. El grueso de talleres que estaba en Once pasó a Flores (calle Avellaneda) y de allí, cuando comenzó un mayor control por parte del Gobierno de la Ciudad, se trasladaron a la provincia, como por ejemplo Ciudadela, Ramos Mejía.

Somos concientes que se llegó a esta situación, no sólo porque falló el Estado, sino también los sindicatos, los empresarios, los consumidores. Es importante la postura del consumidor porque si cuando suceden estos accidentes, decidieran no comprar, los empresarios lo tomarían en cuenta. Nosotros dimos charlas para los diseñadores también para que tomen conciencia de esta problemática.

Hay un proyecto de ley para modificar la ley actual. ¿Creen que es bueno? ¿Qué pasó con la iniciativa?

El proyecto fue enviado al Poder Legislativo. Está medio frenado porque se considera que no ataca el problema de fondo.

Limita la posibilidad de que el operario pueda accionar contra el empresario, va a tener que reclamar al tallerista.

El hecho de que un taller que siempre trabajó para una marca, aunque la ley indique que es una empresa, una pyme, si existe una dependencia económica, es parte de la empresa que le delega el trabajo. No tienen la fabricación dentro, sino que está afuera, pero es parte de la empresa. Son talleres de 15 o 20 personas. Es un tema complejo, que debe ser analizado por especialistas. Tuvo el apoyo de algunos sindicatos y de otros no.

Lo apoya la Cámara de la Indumentaria, el Ministerio de Trabajo, pero algunos talleres no, el sindicato de costureros no.

¿Los sindicatos no se meten mucho con el tema?

Creo que todos tenemos temas pendientes.

¿Se acercaron muchas empresas para certificar?

Hay tres en camino, pero estamos en conformes con lo que hemos logrado. Nosotros queríamos que la problemática se conociera. Es poco y modesto lo que tenemos, pero algo hay que hacer. Anteriormente nadie tenía en cuenta la ley, nadie la conocía. Ahora surgió el proyecto de ley. Se está moviendo el tema; vamos de a poco. Por lo menos la tendencia está cambiando. Esto va a llevar tiempo.

Si quieren exportar a otros mercados, como Europa, ¿las empresas argentinas van a necesitar alguna certificación?

Sí, es muy probable, esa es la tendencia.

Otro gran problema es el dilema por parte de las autoridades, de que si se decide cerrar talleres clandestinos, ¿qué hacemos con la gente? Queda mucha gente sin trabajo y esto es otro problema.



Para poder empezar a darle una solución a esto, el Gobierno de la Ciudad tiene en Barracas, cooperativas para que empiecen a trabajar allí. Se les da el espacio para que puedan trabajar ahí. Son como semilleros de trabajo, en buenas condiciones, creados por el gobierno. Están durante un tiempo, después se tienen que ir, para poder lanzarse solas. Son talleres que se forman con el concepto de trabajar bien. Se está dando un cambio. El consumidor es un actor importante.

Adidas está haciendo una publicidad para tratar el tema de las falsificaciones. Se está intentando que la gente tome conciencia.

También se dieron permisos de trabajo para poder solucionar lo de la gente indocumentada, sin darle documentos, pero al menos que puedan trabajar. Debido a que hay talleres adentro de las villas de emergencia.

En Argentina el 78% de trabajo en la industria de la indumentaria, es no legal. Es difícil atacar el problema de la gente que trabaja en la casa en forma ilegal.

Nosotros por ahora estamos trabajando solamente con un ministerio, pero tenemos que ver el tema para trabajar con empresas. Vamos a hacerlo, vamos de a poco.

8 - Entrevista María D´Ovidio

Entrevistado: María D´Ovidio

Organización: Interrupción ONG

Teléfono: 4802 - 9200

Domicilio: Cabello 3682, Piso 1 D, Capital Federal

E-mail: maria.dovidio@interrupcion.net

Página web: www.interrupcion.net

Fecha de la entrevista: 8 de enero de 2009

Cuando se produjo el incendio en 2006, hubo una denuncia a las marcas que mandaban a producir a esos talleres. ¿Están haciendo algo las autoridades actualmente?

La Unión de Costureros es la cooperativa La Alameda. Se denomina Unión de Costureros La Alameda, era un comedor escolar en la época de la crisis y como está ubicado en el barrio de Flores, que es donde se ubican los talleres, iban los niños cuyos padres trabajaban allí. De esta manera se enteraron de la problemática existente.

¿Ellos hicieron la denuncia de las 70 marcas, después del incendio?

Fueron 91 marcas que están denunciadas. Yo no se, pero Gustavo Vera de La Alameda maneja ese tema en la Alameda. Pero sí puedo decirte que de 91 causas penales, una fue sobreseída que fue el caso de Soho, fue la más controvertida, la sobreseyó el juez Oyarbide. Lo hizo alegando que este modo de producción era parte de la cultura boliviana, un modo de producir solidario, un disparate, una explicación antropológica.

Por otro lado el año pasado a fin de año, falló a favor de los trabajadores el juez Torres con la causa de un coreano que tenía una gran cantidad de máquinas, le confiscó las marcas, le cobró una multa. Pero todo muy lento, la justicia en Argentina es muy lenta.

Al menos algo están haciendo. ¿Qué pasa con La Salada?



La Salada es el principal foco de informalidad y no sólo por las marcas falsificadas, hay muchos bolivianos que tienen talleres que producen exclusivamente para abastecer a La Salada. Es una producción de servidumbre, es obviamente informal. El discurso de las marcas tiene que ver con la falsificación, pero no sólo es eso, hay muchas marcas que le pagan con prendas. Algunos producen trucho para ahí y otros venden lo que las marcas les pagan con mercadería.

¿Los empresarios mandan a producir y no les importa?

En estos últimos años, los empresarios se empezaron a involucrar un poco más. Antes muchos eran totalmente ingenuos, otros totalmente cómplices, aprovechaban la situación por un tema de costos. Hoy los que eran ingenuos empezaron a abrir un poco más los ojos, tienen un encargado de proveedores, van a los talleres. Otros saben perfectamente en qué condiciones trabajan sus talleres y no les interesa, hay de todo.

El INTI tiene una certificación de calidad para evitar la informalidad, pero me da la sensación que nadie la conoce. ¿Qué opina al respecto?

Es una idea brillante para este problema puntual y para la cadena de valor es fundamental, pero no debería ser voluntaria, como es ahora. Pero mientras no sea una demanda social, y no haya una obligatoriedad por parte del Estado, las empresas siempre van a querer maximizar sus ganancias y minimizar su costo.

En Argentina el consumidor no toma conciencia, la gente busca precio o marca y no se fijan cómo se produjo la prenda.

No, hay que construir la conciencia consumidora, es verdad que tenemos otras prioridades de consumo, que somos un mercado chico, no tenemos una gran demanda. Pero igual se puede generar una conciencia.

¿Cómo se involucró la ONG con la problemática de los talleres?

Trabajábamos sobre problemas laborales en sectores específicos, hicimos durante la crisis 2001-2002 muchos emprendimientos en villas para generar más empleo, dándoles herramientas a los individuos para ponderarlos, uno de los trabajos fue en un taller de confección.

Dada la devaluación de la moneda, la desindustrialización que habíamos tenido durante los últimos 20 años, específicamente en indumentaria, iba a volver a tener una demanda.

Nosotros teníamos oficios de confección y como la actividad estaba desarticulada, desmantelada, fue fuertísimo el proceso de desmantelamiento que tuvo la industria de la indumentaria, empezó en los 70, se terminó en los 90.

¿Por qué se produjo esta desindustrialización?

Por políticas de Estado de desindustrialización, de importación. Nosotros teníamos una gran industria de indumentaria, y perdimos mucho frente a Brasil. La industria se divide en textil, que es la producción de telas desde la materia prima y luego la confección en sí misma. Son como dos etapas, son dos industrias.

Ahora empezó a industrializarse nuevamente, pero nadie tiene su planta, todos tercerizan.

Porque en la década del noventa tuvieron que achicarse, no podían competir, el mercado se había reducido, entonces tercerizaron todo.



No las textileras, que son formales, las que se fundieron, se fundieron y no abrieron más. Aparte hay sindicatos textiles fuertes, tiene muchos empleados, tienen control de la AFIP, son industrias grandes. El problema está en confección.

Los sindicatos de la confección no se meten mucho en la problemática.

Hay siete sindicatos en la confección. No se si es privativo de esta industria o es típico del sindicalismo en Argentina, pero son muy herméticos y tienen sus propios códigos. Sabemos que hay un conocimiento de lo sucede, tanto de la informalidad como de la reducción a la servidumbre, pero no hay ninguna voluntad de erradicarlo o de convertir a esa informalidad en afiliados. No se cuánto depende de voluntad o de bajar línea de arriba, porque se un sector que mueve mucho dinero, la informalidad y la clandestinidad (para referirnos a la reducción a la servidumbre). Esto tiene un grado de complicidad política importante.

Sería bueno hacer una campaña para que el consumidor tome conciencia de lo que está sucediendo. Pero si las autoridades permiten el funcionamiento de La Salada, no pueden al mismo tiempo hacer una campaña.

El Estado hasta que no limpie La Salada, y no de señales de que realmente quiere erradicar la problemática, no puede hacer nada. El Ministerio de Trabajo se focaliza en trabajo informal, como trabajo infantil, en la agricultura.

Pero también hay trabajo infantil en la indumentaria, porque en el incendio murieron dos niños.

No, murieron porque vivían ahí. Viven en condiciones de hacinamiento e insalubres, y quizás ayudan a juntar trapos o a hacer algo, pero no hay trabajo infantil.

El trabajo infantil es difícil de identificar e incluso peca de antinaturalidad. Hay distintas opiniones en cuanto a qué casos son explotación y qué casos es que el niño ayuda un poco.

¿Es verdad que hay trata de personas en la esta industria? Por trata se entiende gente que es secuestrada para obligarla a trabajar en un taller.

Cuando digo reducción a la servidumbre y clandestinidad, me refiero a trata de personas. El 80% del total de la mano de obra de la indumentaria es informal. El 50% de ese 80% viene a trabajar en esas condiciones, se estima que son 130.000 inmigrantes bolivianos por año. De cada 10 trabajadores, 2 pagan cargas sociales.

La mayoría de los bolivianos que llegan acá, no llegan por propia voluntad, llegan engañados, con la promesa de un familiar que los conoce. Yo conozco mujeres que las ha traído su tía y después su tía es la explotadora. Los dueños de los talleres son bolivianos y coreanos.

Tardan siglos en llegar hasta acá porque pasan por todas las fronteras para pasar en forma ilegal. Llegan al lugar asignado trabajar, los encierran, les dan su lugar de trabajo y de vivienda, generalmente nefasto y le retienen su documento. Les descuentan todas las semanas la comida y los costos de haber llegado hasta acá, que nunca saben cuánto es.

Muchos talleres se mudaron a la provincia de Buenos Aires porque no les piden habilitación.

Sí, porque la Ciudad de Buenos Aires ha retomado, después de 40 años, la Inspección al Trabajo, que consiste en fiscalizar los lugares de trabajo. Las provincias no han avanzado en esto.

Toda esta informalidad se produjo a partir de la crisis 2001-2002. ¿Antes no había tanta informalidad?



La Convertibilidad sustituyó la producción argentina con importación. Generó una distorsión y desindustrializó todos los sectores. La confección es la primera en subir cuando mejora la economía y la primera en bajar cuando hay crisis. Ahora con la crisis internacional, la industria que más se perjudicó en el primer trimestre del año, según los datos del gobierno, fue la indumentaria. Esto se debe a que es lo primero que prescindís, tiene una elasticidad de la demanda muy alta.

¿Te parece que la certificación del INTI puede ser una buena medida para mejorar la situación?

Yo creo que es fundamental para la visibilidad, para que el consumidor sepa quién está bien y quién no. Es vital para el consumidor. Pero no debería ser voluntario, son obligatorio, ahí sí puede tener otro impacto.

Cuando se habla de la cadena de valor, ¿cómo está compuesta?

La cadena se forma con una marca, un taller intermedio que le distribuye a la marca y un taller intermedio que distribuye a varios talleres. Y a su vez, en muchos casos este taller manda a producir a los domicilio, lo que se llama el Trabajo a Domicilio. El referente para la marca es el taller intermedio, pero la marca tiene que saber que su taller manda a otros talleres. Con nuestra ley, la marca es co-responsable por todo el trabajo del resto de la cadena.

Actualmente hay un proyecto de Ley para modificar la actual Ley de Trabajo a Domicilio. ¿Qué te parece el proyecto?

A mí me parece una aberración el proyecto de ley. Hace autónomos a los talleres a los cuales los talleres intermedios envían la producción, la responsabilidad recae sobre ellos mismos. Libera a los empresarios de toda responsabilidad. Pero el taller intermedio que generalmente trabaja para dos o tres marcas, está totalmente subordinado a las marcas para las que trabaja. Hay una dependencia económica total.

El Ministerio de Trabajo contrató a dos auditores del BID que hicieron un diagnóstico de la ley e hicieron la modificación, pero ese movimiento fue impulsado por la Cámara de la Indumentaria. El proyecto se frenó en el Congreso porque los senadores no lo aceptaron antes de tratarlo.

El problema de Argentina es que tenemos una buena legislación, mejor que en otros países. Pero los demás países nos ganan en realidad. Nosotros no aplicamos nada de lo que tenemos. Primero hay que incorporar la conciencia de lo que sucede, trabajar sobre la corrupción, la fiscalización y después armar una ley acorde. Nosotros tenemos todos los elementos, pero no se utilizan. Ahora como salió a la luz todo el problema de esta industria, la Cámara impulsó este proyecto, para liberar a la marca de la responsabilidad.

Esta forma de producir es el modelo económico mundial actual, y acá se copió. Las empresas se focalizan en la marca y en la imagen. Estandarizan los costos tercerizando.

¿En otros países sucede lo mismo que en Argentina?

Es muy heterogénea la realidad de cada país, pero el problema es el mismo. Hay dos países, tres podríamos decir, que tienen lo que tenemos nosotros: pequeños talleres aislados, ocultos, clandestinos. Estos países son Argentina, Brasil (que también lo vive con bolivianos) y Colombia, sacando el tema de trata, pero sí con el esquema de producción que se aplica en Argentina.

Todos los demás países tienen Maquilas, que son grandes galpones, con 3000 trabajadoras, porque en general son mujeres. Tienen buenas condiciones de seguridad e higiene, pero hay problema de



acoso sexual, discriminación, no los dejan sindicalizarse. Tienen un mal salario, pero lo ganan en forma legal.

¿Eso pasa en el Caribe?

En México, Honduras, El Salvador, Perú. Y por supuesto en China y otros lugares de Oriente hay maquilas.

¿Y Brasil tiene mucha industria de indumentaria, de algodón?

Brasil tiene una industria textil enorme. Se identificó hace un par de años, que tienen el mismo problema que nosotros. Pequeños eslabones de la cadena que proveen a la industria de manera tercerizada o cuarterizada, informales, y en muchos casos reducción a la servidumbre. También se comprobó que había muchos inmigrantes bolivianos. Es complicado en Brasil porque hablan otro idioma, a pesar que para los bolivianos también es difícil acá porque mucho de ellos hablan aymará, muchos no hablan español.

El resto de los países tiene modelo de maquila, lo nuestro es peor. La gran diferencia es que ellos producen para exportar y nosotros producimos para el mercado local. Tiene sus ventajas y sus desventajas.

La ventaja es que al producir para el exterior, la incidencia que tienen por la conciencia de los mercados consumidores es mucho mayor. Cualquier acción de comunicación, de organizaciones que se ocupan de esta problemática en Europa, que vinculan marcas con maquilas, y las hunden.

Por otro lado, acá nosotros podemos pelear más desde adentro la conciencia del consumidor e intentar transformarla, para mejorar la problemática. Allá erradicar el modelo es difícil, ya está instalado.

En Argentina no se ha hecho nada para la conciencia del consumidor, se habla del tema en los medios, pero no hay campañas masivas.

Hay cosas aisladas, con pocos recursos. También hay que darle al mercado la posibilidad de saber cuál es cuál. Por eso es tan importante, la certificación del INTI para identificar quién está haciendo las cosas correctamente. Porque no podemos cambiar la conciencia consumidora sin darle la posibilidad de saber qué marcas trabajan bien y cuáles no.

Nosotros vamos a intentar hacer campaña en la BAF week (Buenos Aires Fashion week), porque además hay que informar a los diseñadores. En Argentina hay muchos diseñadores, que no conocen este problema.

10 - Entrevista Mediapila

Entrevistado: José María Sarasola

Organización: Mediapila

Teléfono: 3531 - 7998

Domicilio: Juan José Biedma 651 - Caballito, Capital Federal

E-mail: jsarasola@mediapilapais.com.ar

Página web: www.mediapilapais.com.ar

Fecha de la entrevista: 17 de febrero de 2009

Media Pila es un taller, ¿ustedes fabrican productos propios o fabrican para terceros?



Te cuento la historia. Yo viví en Australia durante cinco años, estudié allá economía. Después me vine para acá, hace cuatro años y me chocó mucho la cantidad de cartoneros, la pobreza que había acá y que no tenían una salida laboral, más que revolver la basura.

Con unos amigos nos pusimos de acuerdo en hacer algo concreto. Primero compré máquinas de coser, empecé en un comedor en Chacarita. Se me ocurrió que la gente en vez de ir a pedir comida, podía aprender a coser y trabajar.

Compré tres máquinas de coser, aprendí a coser y después le empecé a enseñar a un grupo de cartoneras. Lo más rápido que pudieron aprender y hacer fueron remeras. La idea era que todo fuera autosustentable, yo tenía ahorros, pero se terminaron, con lo cual tenía que ser autosustentable.

El nombre fue Media Pila, por el hecho de ponerse las pilas. La idea era que podía tener más vuelo, que trascendiera.

Estuvimos seis meses en el comedor de Chacarita, las remeras se empezaron a vender, primero entre amigos, después en colegios y así fuimos creciendo. El comedor nos quedó chico, entonces decidimos llevar las máquinas a las casas de las madres de los chicos que asistían al comedor.

Ahí se creó el nuevo modelo, que era mejor que el anterior, ya que en lugar de crear nuevos trabajos, lo que creamos fueron emprendimientos de costura. El gran problema de los microemprendimientos es que no son competitivos, porque tienen altos costos productivos y no tienen buena calidad.

El gobierno nacional compra máquinas de coser y se las entrega a la gente, pero no hacen otra cosa, no se preocupan en capacitar, no les interesa si las usan o no.

La mayoría de los microemprendimientos caen porque falta el trabajo de fondo, que es ayudar a que no tengan costos tan altos de producción y alguna vez que puedan producir productos de calidad.

En Media Pila hoy lo que hacemos es armar los talleres, que las madres puedan tener sus talleres y puedan funcionar por su cuenta. Todos esos talleres se manejan con un taller central, que es donde se controla la calidad, se corta la tela. Después hay seis talleres funcionando en las casas.

¿Estas mujeres tienen un sueldo?

Nosotros buscamos no tener empleados, sino formar emprendedores. Las personas que están en el taller central son empleados en relación de dependencia.

Las personas que están en sus hogares, no son empleados nuestros, porque lo que buscamos no es que sean empleados nuestros. Nosotros somos su primer cliente, pero no queremos ser el único. Porque no alcanza sólo con tener la máquina, tienen que tener costos más baratos y para abaratar costos tienen que producir más rápido. ¿Cómo lo logran? Solamente produciendo.

Entonces si empiezan a producir sin experiencia, los clientes les van a decir que tienen muchas fallas y les van a devolver las prendas. Finalmente van a dejar de producir. Los microemprendimientos caen porque no tienen una gran experiencia.

Nosotros les damos esa experiencia, dándoles las máquinas y las remeras. Al principio tienen muchas fallas, les vamos exigiendo una curva de aprendizaje hasta que mejoran. Cuando llegan a un nivel óptimo, lo que buscamos es que se independicen. Nosotros somos como una escuela de capacitación práctica. Todo se financia con las remeras que hacen algunos de los talleres. Muchas de esas remeras salieron mal, muchas se arreglaron y otras se tiraron.

Lo que les exigimos es que tengan el Monotributo normal o social. Ahora salió el social justamente para gente está en la indigencia. A medida que va creciendo, si las cosas van bien, se pasan al Monotributo normal.



¿Hay talleres que tienen otros clientes aparte de ustedes?

Sí, algunos se dedican a fabricar para terceros. Nosotros no los abandonamos, sino al revés, lo que buscamos es que se puedan insertar. Lleva un año o un año y medio hasta que se pueden insertar.

Es muy bueno el proyecto, en especial con todo el problema actual con los talleres de costura.

Hay mucha explotación en los talleres. Es una industria castigada, porque es la industria que tiene menos barreras de acceso. Con \$ 2.000 te podés comprar una máquina de coser, con \$ 10.000 ya tenés las tres máquinas para trabajar. Lo primero que hace la gente con \$ 10.000 se pone un kiosco o un pequeño taller. Además requiere mano obra intensiva, porque hay mucha tarea manual. No hay máquinas que estampen, ni que hagan una remera. Es necesario que una persona esté cosiendo en tres máquinas diferentes, cada remera pasa por seis manos, es decir seis personas diferentes, más el planchado, cortar, etc. Además se aprende muy rápido y no es demasiado específico, como un tornero, entonces muchos se vuelcan a esto.

Hay tareas insalubres como el que trabaja en una mina, pero que gana un buen sueldo. En cambio en esta actividad, la gente está en pésimas condiciones, con problemas para la salud, trabajando 14, 15 horas y trabajan para comer nada más.

El polo textil en Capital Federal está en Flores, más que en Once. Pero en Once hay mayor concentración de venta minorista. Esto se debe a que se instalaron muchos bolivianos, peruanos y paraguayos que saben coser. Justamente los explotadores son personas de la misma nacionalidad, que saben que sus compatriotas están dispuestos a ser explotados, saben cuán desesperados están.

¿Por parte de las autoridades no hay ningún tipo de fiscalización en los talleres para ver en qué condiciones trabajan?

Sí, se abrió una gran polémica con el tema de los talleres clandestinos en 2006. Se hizo un operativo, pero siempre queda en la nada. Porque también está el otro problema, si cierran los talleres, qué pasa con la gente que trabaja ahí. Después hay otro problema peor, la gente en la calle, que es el gran problema de Argentina. Si se clausura un taller si es clandestino y dejo cuatro familias sin comer, entonces no tengo cuatro personas mal, tengo esa gente más sus familias.

Es el gran problema de La Salada, es la feria más grande de Argentina y no es legal, ¿cómo puede ser? Porque si cierran esa feria, quedan miles de personas sin trabajo. La feria es monstruosa, hay mucho movimiento, viene gente de las provincias a comprar y llevar mercadería para comercializar. Es toda venta ilegal, así y todo nadie te va a parar ni a preguntar nada. Es terrible a lo que se llegó.

Hay algo que se llama Emergencia Nacional, que consiste en que si hay un chiquito que no come porque la madre no le da de comer, primero hay que preocuparse para que la madre pueda darle de comer a su chiquito. Esto quizás implique cierto grado de explotación. Es un tema muy difícil de resolver.

Nosotros nos encontramos con distintas trabas por parte del gobierno, para poder abrir el taller. Y el objetivo era sacar gente de la calle, es decir estamos haciendo lo que tiene que hacer el gobierno. Nosotros no pedíamos ayuda de parte del gobierno, lo íbamos a hacer con recursos propios. Tampoco queríamos ayuda, lo íbamos a hacer solos, pero que no nos pongan trabas. Todo era un problema, tener la habilitación y todo lo necesario para empezar a trabajar. Nosotros tomamos a la gente amargada, deprimida y se ponen muy bien cuando empiezan a trabajar y se sienten útiles, se sienten mucho mejor, les pueden dejar un oficio a sus hijos.



¿Cómo reclutan a la gente?

Empezamos en el comedor de Chacarita. Nosotros pusimos tres máquinas de coser en el comedor y empezaron un grupo de cartoneras que se tomaban el tren en Derqui, se bajaban en Chacarita e iban con el carro a cartonear y pasaban por el comedor a recibir una bolsa de alimentos para la semana.

Nosotros le propusimos a la directora del comedor si podíamos poner las máquinas para que aprendan un oficio en vez de estar carboneando y así de un día para el otro, sacamos cinco cartoneras de la calle.

¿No había resistencia por parte de las cartoneras, lo aceptaron?

Depende, al principio íbamos por la calle y preguntábamos a los cartoneros si les interesaba. Así no funciona, no te creen.

En cambio si lo hacés a través de un comedor, entonces sí, porque te ven y ven que es cierto. Teníamos cola, había tres máquinas y quince personas que querían coser.

Hay gente más sufrida que no está para coser porque las manos no las tienen en condiciones. Entonces pueden hacer otras tareas, como planchado, control de calidad, etc.

¿Existe en Argentina otro taller como el de ustedes o es el único?

Se que hay un grupo de ex piqueteros que pusieron un taller de costura que es una cooperativa, se llama La Juanita. Tienen que ver con Martín Churba.

La diferencia con Media Pila es que no reclutan gente indigente, sino que ellos mismo trabajan, dejaron de hacer piquetes para trabajar en el taller de la cooperativa.

11 - Entrevista ITEVA S.A.

Entrevistado: Laura Passarotti

Organización: ITEVA S.A. (Tejidos de Punto)

Teléfono: 4585 - 9000

Domicilio: Remedios de Escalada de San Martín 3047, Capital Federal

E-mail: laura.passarotti@iteva.com.ar

Página web: www.iteva.com.ar

Fecha de la entrevista: 17 de marzo de 2009

Me aboqué a este tema porque me interesa lo que sucede en la industria de la indumentaria, me llama la atención que se permite tanta informalidad y no se hace nada.

Al menos ahora están haciendo operativos de Rentas en La Salada. No es por un tema laboral sino porque no facturan, pero al menos están haciendo algo. Dicen que ocupa 7.000 puestos de trabajo, ese es el otro problema, porque si desmantelan todo dejan a mucha gente sin trabajo. Es una decisión política, también sacan fuentes de trabajo por otro lado, porque lo que no venden ellos, se vende por otro lado.

¿Ustedes fabrican telas y también prendas?



Nosotros tenemos dos negocios: fabricamos tejidos (telas) y producto terminado. A algunos clientes le hacemos la prendas, no somos un taller de costura, sino que hacemos el servicio completo. Desde la tela hasta la prenda planchada, lista para vender.

Yo también viajo, veo las colecciones que están afuera y compro una selección de productos que creo que le pueden interesar a mis clientes y les hago una propuesta. Hay marcas que me dan todo el material y otras que no, nosotros le proponemos.

¿Y a su vez hay productos que los tienen que tercerizar?

Nosotros tenemos tejeduría en la provincia de Catamarca, tintorería en Pilar, Pcia. Bs. As. y en Bs. As producto terminado, la fabricación completa, administración, venta y depósito de tela. En total somos 400 empleados, si nosotros decidiéramos hacer todos los procesos por cuenta propia, tendríamos que tener una dotación muy grande. Con todos los cambios que hubo en el país tratamos de tener la estructura lo más flexible posible. Por ejemplo ahora que hay una baja de trabajo, mantener la estructura, representaría costos fijos muy elevados. Ya que la confección es mano de obra intensiva, ocupa muchísima gente.

¿Es tan intensiva en mano de obra porque hay mucho trabajo manual?

Hay máquinas que las tiene que manejar una persona, no son automáticas. La mano del costurero es lo que determina si la prenda está bien cosida o no. No hay ninguna máquina que se pueda manejar sola. En cambio en tejeduría (fábrica de tela), las máquinas trabajan solas con un supervisor que controla y les da asistencia. Entonces ocupa menos manos de obra. Lo mismo sucede con la tintorería, pero no sucede así con la confección.

¿Cómo se manejan con los talleres?

Nosotros nos manejamos totalmente con factura, lo cual nos resulta difícil, porque no quieren facturar, ya que no les conviene.

Hay talleres que directamente dicen que no facturan, nosotros no podemos trabajar con ellos. Ahí se nos acota el rango de proveedores.

Por otro lado está el problema de trabajo encubierto. Lo que ocurre es que no son talleres exclusivos nuestros, pero probablemente sí seamos a los únicos a los que les facturan. Razón por la cual las facturas son correlativas y ante una inspección puede dar la sensación de trabajo encubierto. Nosotros estamos luchando contra eso, la ley de trabajo a domicilio es muy arcaica y no se condice con la problemática actual. Entonces es difícil trabajar en la legalidad total, porque la ley no sigue los problemas del rubro.

En el rubro el 70% no factura y aquellos que facturan queda expuestos por estar en la legalidad. Este problema lo veo más profundo de lo que parece. Y no le facturan incluso a empresa de primera línea, no nos estamos refiriendo a pequeñas marcas.

También la informalidad se produce por un tema de costos.

¿Ustedes pueden controlar a los talleres, si cumplen las condiciones de seguridad e higiene, etc.?



Nosotros no trabajamos con ningún taller con contrato, hay empresas conozco que sí. Nosotros no tenemos exclusividad legal con ningún taller. Es decir que con muchos de ellos es de palabra, porque hace muchos que trabajan con nosotros, ya nos conocen y saben que tienen trabajo todo el año. Tampoco pedimos exclusividad, porque ellos son dueños de aceptar o no un trabajo.

¿Con la actual crisis hay mucha caída de la actividad?

Sí, hubo una gran caída. Pero por otro lado hay una gran restricción a los productos importados. Esto no va a equiparar, pero al menos una medida proteccionista tomada a partir de la crisis. En algunos rubros es necesario importar porque hay materiales que en Argentina no se producen. Con el algodón, que es el producto que nosotros trabajamos, la industria nacional es buena y es competitiva.

Después está el otro problema que ingresa mercadería subfacturada o de contrabando. Ingresan muchos productos de esta manera.

¿Ustedes también actúan como un taller?

No, nosotros no hacemos costura, tercerizamos. Tomamos trabajos de prendas completas, todo el proceso.

Recientemente fuimos auditados por una importante firma internacional, no puedo decirte el nombre, para poder ser proveedores de ellos. Algunos clientes nuestros tienen requerimientos muy exhaustivos de índole legal, laboral, seguridad e higiene porque son empresas extranjeras. No hubo objeciones y la pasamos sin mayor dificultad. Estas firmas que quieren asegurar que no van a tener problemas.

El problema del trabajo en malas condiciones no es exclusividad de Argentina, sino que también sucede en Oriente y en Centro América con las maquilas.

Sí, afuera es todavía peor. Los auditores nos dijeron que hay talleres en China que trabajan para las marcas internacionales y no pasan las auditorías.

¿Cómo los auditan?

Seleccionan la marca, la consultora que trabaja para esa marca, te audita y si te aprueba ya estás habilitado para trabajar con la marca.

En Europa está muy avanzado la posibilidad de hacer certificaciones.



Sí, en Europa hay varias certificaciones, por el cuidado del medio ambiente, el trabajo esclavo, etc. Ellos están más avanzados, pero por otro son los que menos industria tienen. Ellos tercerizan todo en Oriente.

¿Se está desarrollando el problema de la contaminación del medio ambiente?

Todo contamina, lo que más contamina es el proceso de tintorería, porque maneja sustancias químicas. La confección no contamina porque son procesos físicos. En Argentina la problemática está poco desarrollada.

Hay que trabajar con tintes ecológicos, que sí contaminan, pero menos.

En Argentina hay una certificación que desarrolló el INTI para evitar los talleres informales, todavía no hay ninguna empresa certificada. ¿Tenías conocimiento de esto?

No, lo desconozco. De todos modos es una pena que estemos tan atrasados con todo esto.

Pero por otro lado es muy difícil tratar de estar en la legalidad que la legislación que tenemos.

Hay un proyecto de ley, que también tiene muchas críticas.

Sí, estoy al tanto. La Cámara hace muchos años que está trabajando, estos últimos años sí se pudo avanzar un poco más. En los años noventa, nos quedamos sin industria, el gobierno no se preocupó.

Hay muchos talleres y pequeños, son muchos diseminados y por polos, como por ejemplo Pergamino.

Es una modalidad de trabajo. Nosotros no utilizamos esa modalidad.

¿Esos talleres clandestinos no reciben inspectores como otras empresas sí los reciben?

Si ponen orden en La Salada, hay miles de personas que se quedan sin trabajo. Es una decisión política. También es una decisión política ordenar el rubro. Hay que mirar el problema como un todo.

12 - Entrevista Palito Bombón – Plaza Serrano (Mariano y Federico, 22 de abril de 2009)

Entrevistados: Mariano y Federico

Organización: Palito Bombón Vestite

Teléfono: (15) 5658 – 4159 (Federico)

Domicilio: Borges 1710 – Palermo, Capital Federal

E-mail: info@palitobombonvestite.com.ar

Página web: www.palitobombonvestite.com.ar

Fecha de la entrevista: 22 de abril de 2009



¿Cómo hacen la producción de la ropa?

Sí, el estampado, parte del corte y la costura. Lo manamos a un taller doméstico. Es una persona que vino de Perú y está empezando, no es un gran taller.

¿Estos talleres les hacen factura?

Hay lugares que sí y otros que son más informales. Muchos facturan. Hay mucha gente extranjera que trabaja y que desconoce la legislación. No se puede generalizar, no son todos son iguales. Hay talleres más básicos y otros para cosas más complicadas.

En este ámbito no se llega a esos talleres, los que van a esos talleres por lo general son las grandes marcas.

¿Los talleres están ubicados en Capital Federal o en otras zonas?

En Capital, hay muchos en Once o en Flores. En Once trabajan en edificios, en los cuales hay pisos enteros con talleres de costura.

¿Hay mucha estacionalidad y también bajó la actividad por la recesión?

Sí, además es más caro producir en invierno que en verano, por el tipo de ropa.

¿Cada vez crece más la informalidad en lugar de disminuir?

Hay mucha gente que hace eso por subsistencia. Quizás trabaja 15 horas, pero lo hace él, no explota a nadie y es para él. Los costureros son en general de origen boliviano. Los lunes a las 5 de mañana en el Bajo Flores, en las calles Caparigüe y Cobos se ve como los reclutan a los bolivianos. Todos llegan engañados, con promesas de un gran trabajo.

En Europa está de moda que hay consultoras que entregan certificaciones.

¿Sabían que INTI otorga una certificación para las empresas de indumentaria que produzcan sus prendas sin informalidad en toda su cadena de valor?

Sí, estamos al tanto. Hay una empresa certificada.

También se dice que si toda la cadena de valor fuera legal, la ropa tendría que ser tan cara que la gente no la podría comprar.

No, no es así. Lo que pasa que los empresarios tienen márgenes del 500%, entonces si se legaliza todo, el margen se va a reducir, y eso es lo que no quieren.

Pero por otro lado si ellos no le agregan el 500%, no pueden hacer la publicidad que hacen ni estar en los shoppings en los que están.

Lo más importante es la marca. El precio no te determina que sea buena calidad. En otros países es igual, pero tienen todo más regulado.

Con respecto a la ecología, ¿cómo ven el panorama?

En Argentina hay una fábrica sola que produce algodón orgánico, no es ecológico porque después se tiñe.



Lo más ecológico que se está utilizando ahora es el modal porque en el proceso se aplican químicos que se reutilizan.

12 – Entrevista Karamel

Entrevistado: Karina

Organización: Mint Karamel - Lingerie & Beachwear

Teléfono: 4823 - 8064

Domicilio: Fray Oro 2835, Palermo – Capital Federal

E-mail: info@mintkaramel.com.ar

Página web: www.mintkaramel.com.ar

Fecha de la entrevista: 28 de abril de 2009

¿Cómo es el trato con los talleres?

Yo empecé hace tres años a producir ropa interior. Al comienzo era un problema trabajar con los talleres porque al no producir grandes cantidades, no tener una marca conocida, no conseguía talleres. Había escasez de oferta y exceso de demanda, porque mucha gente se había abocado a producir. No había mano de obra calificada, entonces era muy difícil conseguir talleres que, primero te hagan las cosas en el tiempo solicitado, segundo que quieran trabajar conmigo, porque preferían a un cliente conocido.

Después falta de profesionalismo absoluto, el manejo que hacen del cliente. Parece que ellos son el cliente. Te dicen que vengas en un mes y en un mes no tienen nada hecho. Ellos saben que dependés de ellos para tu producción, con lo cual se aprovechan. Tenés que ir con mucha diplomacia para llevarte bien.

Otro gran problema es que no trabajan bien, les pedís algo y te hacen lo que ellos quieren. La calidad es mala. Por el tema de los volúmenes tengo que recurrir a talleres pequeños, que son más informales que los grandes. Por más que quieras trabajar todo en blanco, no se puede. Es una realidad, a ellos no les rinde o no les interesa.

¿Cómo conseguiste los primeros talleres si no conocías a nadie, al principio?

A través de proveedores o algún conocido.

¿Hay mucha estacionalidad en esta actividad?

En ropa interior no, pero en el resto sí. Es estacionalidad en la producción, en la venta no está tan marcado. Igual yo produzco a lo largo del año, como trabajo con talleres pequeños, a ellos también les sirve que no haya períodos sin nada para fabricar.

Hay una certificación del INTI para las empresas de indumentaria, ¿tenías conocimiento de esto?

No, no tengo conocimiento al respecto. Dudo que las empresas estén interesados, porque el empresario argentino no quiere sumar más costo.

Los empresarios dicen que si todo fuera legal, la ropa sería muy costosa e inaccesible para la gente. ¿Estás de acuerdo?

Sería más costoso, pero no inaccesible para la gente.



¿Creés que si las empresas son más pequeñas recurren también a talleres más pequeños, mientras que las más grandes recurren a talleres más grandes?

Sí, los muy pequeños recurren a costureras en sus casas, eso es lo más común. En Pergamino hay muchos, pero por ejemplo a mí no me conviene, pero las grandes marcas mandan a fabricar pantalones a Pergamino.

¿Tenés locales para venta o vendés al por mayor?

Tenía un local, que lo cerré ahora por la crisis. Bajó mucho la venta. Tener un local son muchos costos fijos, en mi caso me querían aumentar el alquiler y yo no podía pagarlo.

¿Hay contrato con los talleres? ¿Te facturan?

No hay contrato. Son reacios a facturar, pero si les pedís factura, te facturan.

¿Dónde mandás a producir?

En Once, hay un edificio en la calle Lavalle, en el cual hay talleres en todo los pisos.

¿Dónde vendés lo que se producís?

En locales de venta de ropa multimarca y también en el interior.

¿Hay fabricación de ropa en el interior?

Sí, también hay, pero poco. Vienen mucho a comprar a Buenos Aires. Hay marcas que en Buenos Aires no se conocen y en el interior son fuertes. Se fabrica en Buenos Aires para enviar a las provincias.

¿Cómo es el proceso, cortar la tela y la confección, todo lo hace el taller?

Depende, a veces lo corta el taller. Hay todo tipo de talleres, algunos se encargan de la moldería, de la confección y también te lo empaquetan. Otros sólo se ocupan de corte y confección. También hay intermediarios que te traen los modelos para que elijas y luego lo mandan a producir a los talleres.

¿Qué pasa con los diseñadores? Es una carrera nueva que tomó mucho auge y son ellos los que quieren tener sus propias marcas.

Sí, es cierto. El que se recibe que tiene el sueño de tener la marca propia. Hay un auge de diseñadores. De todos modos al final, los que uno ve que llegan es porque tienen capital para invertir o consiguen inversores. Hacen mucha publicidad, invierten mucho en imagen hasta lograr ser una marca conocida.

13 - Entrevista Ropa Interior

Entrevistado: Daniela

Rubro: Ropa Interior

Teléfono: (15) 5730 - 3327

Fecha de la entrevista: 2 de mayo de 2009



¿Cómo es la relación que tenés con los talleres?

Nosotros fabricamos ropa interior, producimos bombachas, corpiños y pijamas. Tenemos un pequeño taller de corte, ya que la tela la cortamos nosotros, porque si se manda a hacer no sale bien. Y luego enviamos a un taller en Ramos Mejía a que cosan las prendas.

¿Hay un contrato con el taller o el taller les factura a ustedes?

No, sinceramente no hay contrato y tampoco nos facturan. Se trabaja todo en negro. Las telas se compran en blanco, pero los talleres no facturan, ni preguntan si necesitamos factura. Tampoco les exigimos, ya que estamos empezando y nosotros también debemos inscribirnos en monotributo, ya que algunos clientes nos están pidiendo factura.

¿Con cuántos talleres trabajan?

Actualmente con dos. Hay muchos talleres que no trabajan bien, no tienen una buena calidad, hacen las cosas mal y eso implica un gran pérdida de dinero para nosotros. El año pasado mandamos a hacer mayas, las enviamos a otro taller, porque el nuestro no lo hacía. Nos cosieron todas las mayas mal.

¿Cómo consiguieron los talleres?

Preguntando por el barrio si alguien conocía un taller de costura.

¿Sabés que existe una certificación del INTI para garantizar que los empresarios trabajan en forma responsable a lo largo de toda su cadena de valor?

No, no sabía nada.

Me comentaron que en Once hay edificios donde en cada piso hay un taller.

Sí, en Once está lleno. También en la zona de Flores, por la calle Avellaneda. Muchos comerciantes de la provincias vienen a abastecerse a Bs. As., ya que acá se centraliza toda la producción de indumentaria de Argentina.

Y también que hay muchas costureras trabajando en sus casas en Pergamino. ¿Tenés conocimiento de esto?

En Pergamino hay muchas fábricas de jeans, pero en Chacabuco (Pcia. De Bs. As.) está lleno de talleres donde producen ropa interior.

¿Qué pasa con la estacionalidad en esta industria?

En el caso de la ropa interior no hay estacionalidad, ya que todo el tiempo se produce, pero sí se suspende gente en la producción de otro tipo de prendas.

¿Tienen un local abierto al público?

No, es muy caro tener un local. Hay muchos costos fijos. Nosotros vendemos al por mayor a locales multimarca.

¿Disminuyeron mucho las ventas con la actual crisis económica mundial?

Cayeron un poco, sin embargo se sigue vendiendo.



¿Cómo empezaron vendiendo las prendas?

Comenzamos negocio por negocio ofreciendo. Yo iba con una canastita llena de bombachas y las iba dejando. Tuvo mucha aceptación y comenzamos a recibir pedidos.

¿Cómo sabés cuales son las tendencias de la moda?

En la ropa interior no hay tantas tendencias como en el resto de la ropa. En Argentina el consumidor es muy clásico y no se pone prendas llamativas.

De todos me fijo en internet permanentemente. Nuestro estilo es usar colores, diseños alegres. Nos da buenos resultados. También tratamos de innovar, por ejemplo ahora vamos a lanzar una bombacha para los días femeninos, con un parche impermeable, la idea la trajimos de Japón y vamos a ver cómo resulta en el mercado argentino.

Dentro del costo del producto, ¿qué representa la mayor parte, la materia prima o la mano de obra?

La materia prima representa la mayor parte del costo de la prenda. Las telas que se utilizan son de producción nacional, no son de tan buena calidad como en Brasil o en otros países. Pero actualmente la importación está muy trabada, con lo cual trabajamos con las telas que se adquieren en Argentina.

14 - Entrevista Compañía de Sombreros

Entrevistado: Lara Grindberg

Organización: Compañía de Sombreros

Teléfono: 4775-3693 / 4772-5965

e-mail: contacto@companiadesombreros.com.ar

Página web: www.companiadesombreros.com.ar

Fecha de la entrevista: 3 de junio de 2009

¿Ustedes tercerizan la producción?

Sí, nosotros no podemos fabricar los productos que vendemos.

¿Cómo es la relación con los talleres? ¿Hay un contrato, le facturan el servicio?

Sí, los talleres nos facturan. No se firma un contrato.

¿Ustedes tienen manera de controlar a los talleres?

Sí, puedo. Los talleres que tenemos están en regla. Nosotros no controlamos el personal de ellos. Se que en algunos talleres las condiciones de trabajo no son buenas. Las marcas muy grandes, piden supervisiones y hacen un contrato, inclusive algunas marcas van a hacer controles a los talleres.

Nosotros no lo hacemos, simplemente nos fijamos que las condiciones de trabajo sean buenas. Los talleres que trabajan para nosotros no son pequeños. Tenemos uno que es una persona sola que trabaja en su casa, y nos hace una factura de monotributista.

Hay una certificación en Argentina que emite el INTI. ¿Tienen conocimiento de la misma?



No, no sabia nada. Además toda certificación tiene un costo y en este momento la rentabilidad no es buena.

En Argentina en la actualidad, ¿no hay una política proteccionista?, ¿la industria se ve muy perjudicada por las importaciones?

No hay una política proteccionista, debemos competir contra los productos importados. El mercado no puede pagar los costos de los productos que nosotros producimos. A esto se suma la fuerte carga tributaria. La actividad está atravesando una etapa muy difícil. Los márgenes se redujeron notoriamente, la mayoría de las telas que utilizamos son importadas, el dólar subió, con lo cual el costo de la materia prima se incrementó.

¿Qué opinás de la Ley de Trabajo a Domicilio y del proyecto de ley existente?

No tengo conocimiento al respecto.

15 - Talleres de Once

Visité un edificio de la calle Lavalle, en el barrio porteño de Once, en el cual hay talleres de confección. El edificio tiene las puertas abiertas, no hay seguridad y cualquier persona puede ingresar. En todos los pisos hay talleres. Sólo algunos pocos poseen un cartel con la razón social del mismo. Algunos están cerrados con una puerta de madera, más una puerta de reja. Otros tienen sus puertas abiertas, con lo cual para hablar con alguien, sólo es necesario golpear la puerta. No parece ser un edificio de viviendas, sino dedicado a la costura.

Pude visitar dos talleres. Eran pequeñas habitaciones con máquinas de coser o mesas para cortar telas. En uno de ellos, había costureros bolivianos, les quise hacer una entrevista, pero me dijeron que no podían atenderme porque no tenían tiempo. Eran dos mujeres trabajando en sus respectivas máquinas de coser y un hombre planchando, era un pequeño cuarto en el cual no había buena luz.

Entrevistado: Pedro Larroza

Organización: Cortador textil y asesoramiento en moldería

Domicilio: Lavalle 2461, Piso 3, Of. 302 – Capital Federal

Teléfono: 4966 - 2169

Fecha de la entrevista: 1 de agosto de 2009

¿A qué se dedica?

Nosotros cortamos las telas para hacer prendas, hay partes que las tercerizo en otro taller. Hacemos mucha ropa para marcas deportivas y también hacemos lo que se denomina Transfer que es como un estampado, pero la superficie es como de goma. Acá tenemos la máquina para hacerlo.

Trabajo con una modelista, ella se encarga de hacerme los moldes.



Si una persona quiere traerle para hacer remeras, ¿acepta el trabajo si son grandes cantidades?

No, yo acepto todo. Se puede hacer una serie de 30 0 40 remeras, el precio final que se le cobra por cada remera es de \$ 3.50.

¿Usted factura?

Sí, si me solicitan factura la hago. Estoy inscripto como monotributista. Pero para pequeñas cantidades no se justifica.

¿Se hace algún tipo de contrato?

No, no se hace contrato.

Encuestas

A efectos de relevar la información necesaria acerca del consumidor, se ha efectuado una encuesta a compradores, con el fin de obtener un panorama de la actitud de los compradores de indumentaria en Argentina.

Para tal efecto se entrevistó a 60 personas de sexo femenino, de diferentes edades. Los resultados de la encuesta están expuestos en el Análisis de Situación.

Se expone a continuación el cuestionario con el cual se efectuó la encuesta:



Encuesta Industria de la Indumentaria	No tengo conocimiento	Tengo una noción del tema	Tengo total conocimiento del tema
1) ¿Usted sabe que la mayor parte de la ropa que compramos no fue fabricada por la marca que está impresa en la etiqueta, sino que fue confeccionada en un taller subcontratado?			
2) ¿Usted sabe estos talleres de confección, en muchos casos no están habilitados ni respetan la Ley de Trabajo a Domicilio vigente en Argentina?			
3) ¿Tiene conocimiento que estos talleres emplean operarios que provienen de Bolivia, están indocumentados y trabajan en pésimas condiciones de higiene, luminosidad y salubridad?			
4) Al momento de comprar una prenda, ¿le interesaría poder saber dónde fue confeccionada y si fue manufacturada en un taller que cumpla con la legislación vigente y con los estándares de calidad?			
5) ¿Usted cree que una campaña publicitaria para que los consumidores tomen conciencia de lo que está sucediendo en esta industria, ayudaría a terminar con la informalidad que caracteriza a esta actividad?			
6) ¿Usted tiene conocimiento que la industria de la indumentaria es altamente nociva para el medio ambiente?			
7) ¿Es usted fiel a una o a varias marcas?			
8) ¿Qué es para usted más importante: Marca o Producto?			
9) Décadas atrás las etiquetas en las prendas estaban ocultas en la parte interior de la misma. Hace algunos años, esta tendencia se revirtió y la etiqueta se lleva del lado externo, como medio de publicitar la marca. ¿A usted le gusta exhibir el nombre de la marca?			
10) Si la respuesta anterior es SI, ¿esto le genera status?			

