
El campo de confección de indumentaria en el Gran Córdoba: rasgos estructurales, posiciones y estrategias frente a la crisis

Nahuel Aranda

Instituto de Administración, FCE-UNC/SeCyT-UNC
nahuel.aranda@unc.edu.ar

Andrés Matta

Instituto de Administración, FCE-UNC/CIECS-CONICET
amatta@unc.edu.ar

The field of garment industry in Gran Córdoba: structural features, positions and strategies during the crisis

O campo da confecção da Gran Córdoba: características estruturais, posições e estratégias frente à crise

Fecha de recepción: 28 de junio de 2021

Fecha de aprobación: 10 de noviembre de 2021

Se agradece especialmente a Cristina Etchegorry, Cecilia Magnano, Carolina Orchansky y Juan Ignacio Staricco, miembros del equipo de investigación que planificaron, diagramaron y ejecutaron el relevamiento que es utilizado en esta investigación, además de ser parte fundamental de las conclusiones que se obtienen en el trabajo.

Resumen

El sector de indumentaria es uno de los que más ha caído durante la pandemia del COVID-19 y particularmente el que más empleos recorta en cada una de las crisis argentinas. En este artículo se buscará comprender cuál es la

estructura del campo de confección de indumentaria del que emergen estos resultados y, en particular, las relaciones de poder que desplazan los peores costos de las crisis en los segmentos más débiles: los talleres y costureros/as domiciliarios/as. Para cumplir con este propósito, se reconstruirá el caso del Gran Córdoba aplicando técnicas multivariadas (Análisis de Correspondencias Múltiples y de Conglomerados) para identificar las posiciones que los distintos agentes ocupan en el espacio social, a partir del volumen y estructura de sus capitales. Se complementará este análisis con entrevistas en profundidad y con información secundaria sobre el rol que juega la prociclicidad y la informalidad en este desempeño.

Palabras clave: campo; cadenas de valor; confección de indumentaria.

Códigos JEL: C1, J4, L6.

Abstract

One of the sectors that has fallen the most during the COVID-19 pandemic and lose more jobs in each of the Argentine crises is the garment industry. This article seeks to understand what is the structure of the garment manufacturing field from which these results emerge and, in particular, to analyze the bases that sustain the power relations that displace the worst costs of the crises in the weakest segments: workshops and home seamstresses. To fulfill this purpose, the case of Gran Córdoba will be reconstructed by applying multivariate techniques (Multiple Correspondence Analysis and Cluster Analysis) to identify the positions that the different agents occupy in the social space, based on the volume and structure of their capitals. This analysis will be complemented with in-depth interviews and secondary information on the role played by pro-cyclicality and informality in this performance.

Keywords: field; value chain; garment industry.

JEL codes: C1, J4, L6.

Resumo

O setor de confecções é um dos setores que mais caiu durante a pandemia de covid-19 e, particularmente, o que mais cortou empregos em cada uma das crises argentinas. Este artigo buscará compreender qual é a estrutura do campo da confecção de vestuário de onde emergem esses resultados e, em particular, em que se fundamentam as relações de poder que deslocam os piores custos das crises nos segmentos mais frágeis: as ateliers de confecção e costureiras caseiras. Para cumprir este propósito, o caso da Gran Córdoba será reconstruído mediante a aplicação de técnicas multivariadas (Correspondência Múltipla e Análise de Cluster) para identificar as posições que os diferentes agentes ocupam no espaço social, a partir do volume e da

estrutura de suas capitais. Essa análise é complementada com entrevistas em profundidade e informações secundárias sobre o papel da pró-ciclicidade e da informalidade nessa atuação.

Palavras-chave: campo; cadeia de valor; confecções de indumentária.

Códigos JEL: C1, J4, L6.

Introducción

La industria de confección de indumentaria en la Argentina es paradigmática en diversos sentidos. Primero, por su gran capacidad para generar puestos de trabajo (alrededor de 150.000 trabajadores/as según la EPH). Segundo, porque su desempeño refleja como pocos el proceso de reestructuración industrial que evidenció la Argentina en la década del noventa en el marco del modelo posfordista de especialización flexible. Tercero, porque muestra algunos de los peores indicadores de calidad del empleo, con altos niveles de informalidad y precarización. Por último, se trata de una industria con alta prociclicidad, con los peores indicadores de producción y empleo en épocas de crisis del mercado interno. En efecto, durante el shock económico generado por la pandemia de COVID-19 en el país, ha sido uno de los sectores cuya producción más ha caído (más del 30%) y que más empleos ha perdido (casi 10% de empleos formales) (CEP XXI, 2021).

Estos aspectos han sido corroborados desde diferentes perspectivas en los territorios donde se encuentra la mayor parte de la industria: la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la provincia homónima (Matta y Montero Bressán, 2020; Montero Bressán, 2018; Schorr y Ferreira, 2013); escaseando, por otro lado, los trabajos locales o regionales por fuera de ese ámbito (Donadi *et al.*, 2011; Matta *et al.*, 2020). Estos estudios se basan además en dos tipos de fuentes, cada una con sus limitaciones. Por un lado, los registros estadísticos agregados (en particular la EPH y la EAH) que poseen numerosos problemas de representatividad y escasas variables productivas ya que están orientados al estudio de los hogares. Por el otro, estudios cualitativos referidos a un número reducido de unidades productivas, con sus consecuentes problemas de generalización.

En este sentido, el presente artículo intenta realizar un aporte al proponer un análisis que permitirá reconstruir la estructura del campo de confección de indumentaria de la que emergen estos resultados en épocas de crisis y, en particular, comprender cuál es la distribución del volumen y composición de los distintos capitales en juego que permite a ciertos agentes desplazar los

peores costos de las crisis a los segmentos más débiles: los talleres y costureros/as domiciliarios/as.

Con este objetivo, se propondrá una caracterización original a partir de entender las cadenas productivas como campos (Bourdieu, 2001); contando para ello con datos primarios de 247 unidades productivas ubicadas en el Gran Córdoba, que junto con el Gran Rosario constituyen los principales ejes de esta industria fuera de Buenos Aires. Estos datos, junto a un conjunto de entrevistas cualitativas que complementarán el análisis, fueron obtenidos antes y durante el proceso de crisis a la que se enfrentó el sector en los años 2016 y 2017.

Tanto la visión estructuralista del marco teórico adoptado, como el carácter inédito del trabajo de campo realizado, permitirán profundizar el conocimiento existente sobre las relaciones que se configuran entre los actores y sentar precedente sobre las diferentes estrategias y decisiones regulares que toman frente a transformaciones en las reglas de juego. El hecho de trabajar con el tercer aglomerado urbano del país que más talleres de confección alberga –pero con una escala mucho menor al Gran Buenos Aires–, ofrece la ventaja metodológica de poder obtener un universo de unidades productivas sobre las que aplicar técnicas multivariadas como el Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM) y el Análisis de Conglomerados Jerárquicos (ACJ) en pos de reconstruir el campo.

A continuación, se propondrá un marco teórico para la aproximación al estudio de la confección de indumentaria como un campo económico, identificando las principales categorías analíticas y precisando la metodología utilizada. Luego, se analizará el desempeño reciente del campo identificando algunos rasgos estructurales relevantes como la informalidad y la prociclicidad. Finalmente se reconstruirá el campo de confección de indumentaria del Gran Córdoba a partir de un ACM y ACJ que identifique las principales posiciones de los actores en el campo a partir del volumen y estructura de su capital. Este análisis de la estructura de posiciones en el espacio social, permitirá interpretar el espacio de sus tomas de posición, es decir, las estrategias seguidas por los actores en situaciones de crisis, como la atravesada por el sector desde 2015.

1. Cadenas productivas como campos económicos

La mayoría de las investigaciones que abordan el sector de confección de indumentaria hablan en términos de “cadena productiva” (Gutti, 2013; Lucero, 2017), de “cadena de valor” (Montero Bressán, 2018; Schorr y Ferreira, 2013) o de “sector” o “rama industrial” (Kosacoff, 2004; Salgado, 2020). La principal diferencia del análisis de cadenas de valor respecto de los análisis sectoriales es que permite considerar que el accionar de las empresas está

relacionado con la posición que ocupan en la cadena de valor y con el funcionamiento de toda la cadena (Matta *et al.*, 2015). Sin embargo, los estudios basados en cadenas de valor tienden a centrarse fundamentalmente en los flujos de bienes y servicios dentro de la cadena y a considerar los procesos relacionales como el producto de decisiones de los agentes individuales en el marco de esta trama¹.

Una perspectiva complementaria y original frente a estas investigaciones es conceptualizar a las cadenas productivas como campos (Bourdieu, 1997, 2001). Frente a los estudios sectoriales basados en el individualismo metodológico que reducen los actores a meros átomos con acciones conscientes y deliberadas, este enfoque podría encuadrarse dentro del llamado “giro relacional” que prioriza mecanismos subyacentes en el nivel meso complejizando la idea de sectores económicos y la interpretación de regularidades a nivel de los eventos (Lawson, 2003). Por otro lado, respecto a las teorías basadas en las cadenas de valor, se incorporan dimensiones y aspectos meso económicos permitiendo comprender a los agentes como parte de un espacio social más complejo, que incluye, pero no se limita, a las posiciones en la cadena productiva.

Así, Bourdieu y Wacquant (1992) definen al campo como:

[...] una red o una configuración de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones están objetivamente definidas, en su existencia y en las determinaciones que imponen sobre sus ocupantes, agentes o instituciones, por su situación presente y potencial (*situs*) en la estructura de distribución de especies del poder (o capital) cuya posesión ordena el acceso a ventajas específicas que están en juego en el campo, así como por su relación objetiva con otras posiciones (dominación, subordinación, homología, etcétera)” (p. 97, traducción propia).

En otras palabras, el campo es un espacio de luchas dinámico y socialmente construido donde los agentes poseen recursos diferentes y se enfrentan

1- Para una lectura crítica del concepto de Cadenas Globales de Valor, consultar Santarcangelo *et al.* (2017). Siguiendo a estos autores, es necesario señalar que mientras algunos estudios de la corriente dominante (Gereffi, Sturgeon, Humphrey, Porter) adhieren a supuestos neoinstitucionalistas como la teoría de los costos de transacción; estos no se encuentran en todos los estudios que emplean el concepto de “cadena productiva” o “cadena de valor”, al que suele apelarse más como herramienta metodológica que teórica.

para transformar la relación de fuerza vigente, contribuyendo a conservar o transformar su estructura. Pensar una cadena productiva como campo implica que en ella pueden darse fenómenos y dinámicas particulares que no se replican en otros campos, y tampoco en cadenas similares en territorios diversos (Matta *et al.*, 2015). Sin embargo, según Bourdieu, se pueden encontrar similitudes estructurales o leyes generales entre diferentes campos en la medida en que hay ciertas propiedades comunes en términos de posiciones. Estas estructuras comunes se denominan *homologías estructurales y funcionales* y pueden encontrarse hacia dentro de la cadena (entre productores y consumidores) y entre diferentes campos (Bourdieu, 2001).

La *estructura* de un campo se define como la forma en la que se constituyen las relaciones de fuerza (o las relaciones de poder) en el espacio social en un momento dado del tiempo. Es decir, son los agentes –en este caso empresas–, definidos por el volumen y la estructura del capital específico que poseen, los que determinan la estructura del campo que los determina (Bourdieu, 2001)². Las empresas con más capital controlan a las empresas menos provistas de este y una parte mayor del campo, por lo que ocupan en la estructura una posición tal que la estructura actúa en su favor. Así, siguiendo a (Bourdieu, 2001) podemos mencionar al *capital económico* (dominio directo o indirecto de recursos financieros); el *capital cultural*, que en el campo económico puede especificarse como *capital tecnológico* (cartera de recursos científicos o técnicos), *jurídico* y *organizativo*; el *capital social* (red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas); el *capital simbólico* (capital que radica en el dominio de recursos simbólicos fundados en el conocimiento y el reconocimiento); y el *capital comercial* (fuerza de venta y dominio de redes de distribución). El capital económico es, sin embargo, la condición principal de la acumulación y la conservación de todas las otras formas de capital.

Como plantea Bourdieu, el campo tiende a reproducir ciertas regularidades, generando un futuro previsible y calculable mientras que los agentes obtienen en él ciertos conocimientos, patrones de conducta y disposiciones (rutinas). Por consiguiente, el campo no es una estructura muerta, en tanto es espacio social conformado por individuos que juegan y aceptan las reglas de juego y que poseen cierto sistema de disposiciones (*habitus*) estructuradas por ese campo. Es con estos conceptos que se entiende la noción de *estrategia*, un conjunto de prácticas reguladas y regulares (y, por lo tanto, no necesariamente conscientes) por medio de las cuales las empresas tienden

2- El *volumen* del capital es el conjunto de recursos y poderes efectivamente utilizables, mientras que la *estructura* de capital refiere a las diferentes formas de distribución del capital global entre las distintas especies de capital (Bourdieu, 2012).

a conservar o mejorar su posición en la estructura de relaciones del campo. De esta forma, la estrategia es la defensa de los intereses que tiene la posición ocupada sin necesidad de recurrir constantemente a la acción racional, sino orientándose en función de intuiciones y previsiones razonables (más que racionales) (Bourdieu, 2001). De acuerdo con esto, las fuerzas del campo impulsan a los dominantes a adoptar estrategias para multiplicar su dominación, mientras que los dominados constantemente se ven obligados a tomar posición con respecto a aquellos.

Para concluir esta sección, se puede decir que, frente a las nociones de sector o cadena de valor, la noción de campo permitirá tomar en cuenta la heterogeneidad que se oculta bajo categorías aparentemente uniformes o agentes representativos, y analizar las posiciones que emergen de la red de relaciones objetivas que exceden a la mera posición en el proceso productivo (lo que implica, entre otras cuestiones, que empresas que ocupan una posición similar en la cadena de valor tengan estrategias divergentes). Estudiar la confección de indumentaria en Córdoba como un campo ayudará a comprender cómo el volumen y la estructura de capitales de los agentes colabora a explicar el modo en que la industria como un todo “reacciona” frente a crisis como la que se asiste en la actualidad.

2. Fuentes y métodos

Los datos utilizados en esta investigación provienen de fuentes secundarias y primarias. La más importante es una encuesta semiestructurada realizada en el año 2015 a una muestra representativa de unidades productivas de fabricación de indumentaria en el Gran Córdoba. Se construyó una base de datos propia con el objetivo de identificar firmas “registradas” (mediante fuentes como el Registro Industrial Provincial, Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de Nación, Registro de Monotributistas Sociales del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, etcétera) y “no registradas” (mediante fuentes como organizaciones sociales y organismos públicos, avisos clasificados de periódicos, redes sociales como Facebook e Instagram, etcétera). Se obtuvo un universo final de 724 unidades productivas activas al momento de realizar el relevamiento, aplicándose las encuestas semiestructuradas sobre una muestra de diseño probabilístico de 257 unidades, las que se efectuaron de manera presencial en el domicilio de la unidad productiva. La encuesta incluyó preguntas sobre el perfil de los empresarios y de las unidades económicas teniendo en cuenta las trayectorias laborales y de formación, aspectos productivos, comerciales y laborales y sobre las relaciones con otras unidades productivas.³

Los datos obtenidos mediante este relevamiento se han procesado mediante dos análisis multivariados sucesivos. En primer lugar, un Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM), técnica utilizada habitualmente de manera descriptiva para representar tablas de contingencia, que recogen las frecuencias de aparición de un conjunto de variables cualitativas y cuantitativas en un conjunto de elementos (Peña, 2002). El ACM permite calcular distancias entre las variables y los elementos analizados según la forma en que se distribuyen los pesos y asociaciones entre categorías, ubicándolos en un espacio relacional n-dimensional y estructurándose a partir de variables activas a las que pueden añadirse variables ilustrativas que se proyectan en un plano factorial, pudiendo escogerse dos dimensiones (habitualmente las que acumulen un mayor porcentaje de información medido por su contribución a la varianza total).

Las características del método lo han vuelto una de las técnicas preferidas para estudiar los campos por parte de Bourdieu (2001, 2012.). En primer lugar, porque permite incorporar tanto aspectos cualitativos como cuantitativos, lo que lo vuelve relevante para analizar no solo atributos de los agentes sino elecciones y tomas de posición. En segundo lugar, porque permite trazar un mapa de las posiciones diferenciales relativas de los agentes en el campo, lo que lo hace compatible con la ontología relacional que subyace a su teoría. El autor llega a señalar que de este modo el ACM no solo tiene un potencial descriptivo sino explicativo, en la medida en que se pudiera advertir con claridad una correspondencia entre el espacio de las posiciones y el espacio de las tomas de posición (Bourdieu, 2001).

En una segunda etapa se realizó un análisis de conglomerados jerárquicos (ACJ) a partir de las variables generadas mediante el ACM para cada caso, cada una referida a la posición que esta ocupa respecto a los tres primeros ejes de este análisis. El ACJ tiene por objeto agrupar elementos en grupos homogéneos en función de similitudes entre ellos partiendo de una matriz de

3- La dificultad para identificar, tener acceso y obtener respuestas fiables de este universo con altos niveles de informalidad implicó aproximadamente un año de trabajo de recolección y condensación de bases de datos e información obtenida mediante técnicas de "bola de nieve" que además derivaron en un mapa georreferenciado; la construcción de una amplia red de organismos públicos y organizaciones sociales y la capacitación y acompañamiento durante varios meses de una docena de encuestadores entrenados. Además, la relativamente accesible escala de la ciudad de Córdoba, sumado al lugar que ocupa la Universidad en términos de reconocimiento y confiabilidad en distintos estratos de la sociedad, cooperaron junto al resto de las tácticas utilizadas para obtener una tasa de rechazo de apenas un 13%. Se suman a estos aspectos el diseño de un cuestionario que permitía detectar posibles inconsistencias y generar repreguntas durante la entrevista.

distancias y construyendo una jerarquía basada en la distancia euclídea entre las variables estandarizadas (Peña, 2002). El algoritmo de aglomeración parte de elementos individuales y los va agregando en grupos minimizando la varianza intragrupo (aumentando la homogeneidad interna) y maximizando la varianza entre los grupos (incrementando la heterogeneidad externa).

Los resultados de estos análisis se complementaron con ocho entrevistas semiestructuradas realizadas en 2015, 2017 y 2018, a dos actores representativos de cada una de las posiciones del campo de confección de indumentaria. Se consultó específicamente sobre las transformaciones ocurridas a partir de 2015 lo que permitió vislumbrar las lógicas relacionales entre los diferentes actores en un contexto de crisis.

Por último, para el análisis de la evolución reciente del campo se utilizó información de tipo secundaria proveniente de diversas fuentes (CEP, INDEC y OEDE del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación). Si bien el foco de la investigación se encuentra sobre el campo de confección de indumentaria del Gran Córdoba, los datos presentados serán nacionales debido a la escasez de datos regionales y a la falta de representatividad de las muestras locales (como la Encuesta Permanente de Hogares). Esto permitirá tener una primera caracterización de algunos rasgos estructurales del campo, como su elevado nivel de informalidad⁴ y su comportamiento procíclico. Vale destacar que la escala menor de Córdoba respecto al GBA ofrece una ventaja en términos metodológicos, en cuanto hace posible obtener una muestra representativa que permite reconstruir integralmente el funcionamiento del campo a través de identificar las distintas posiciones y sus relaciones. Los datos reunidos de diversas investigaciones (Donadi *et al.*, 2011; Matta, 2011; Matta *et al.*, 2020; Salgado, 2020; entre otros) permiten afirmar que Córdoba exhibe aspectos estructurales que son homólogos (en el sentido de la teoría de Bourdieu) a los observados en otros territorios. Esto no permite realizar una generalización al resto del país, pero sí sostener una hipótesis de que los resultados que

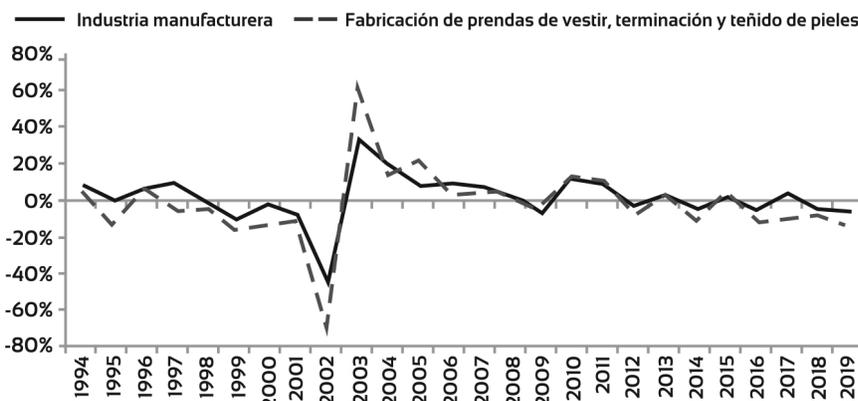
4- Este artículo adscribe a la tesis de que la informalidad no es una situación dicotómica con dos circuitos productivos bien demarcados, uno formal y otro informal, sino un gradiente en el que se observan distintas situaciones caracterizadas por diversas dimensiones: la formalización de los/as trabajadores/as, el registro del negocio, el incumplimiento de leyes laborales específicas, y hasta la habilitación del lugar de trabajo y el registro migratorio (Matta *et al.*, 2020; Salgado, 2020). Por ello, se especificará en cada caso, cuál es la definición operacional que se utiliza, tanto al utilizar datos propios como información secundaria. En términos generales, es relevante distinguir además que en algunos casos el artículo se referirá a trabajadores/as informales o no registrados/as y en otros a las unidades productivas.

aquí se exponen, podrían evidenciarse en otros territorios, más allá de las diferencias cuantitativas evidentes.

3. Rasgos estructurales del campo: prociclicidad e informalidad

De la comparación entre la variación interanual del valor bruto de la producción sectorial (VBP) y el VBP industrial surge uno de los rasgos estructurales que caracterizan al campo de confección de indumentaria en Argentina: la clara prociclicidad y sensibilidad estructural del sector a la evolución del producto nacional. Esto se constata en la Figura 1 donde se observan las mayores oscilaciones del primero con respecto al segundo en los años recesivos de la economía argentina. Esta correlación se produce por la elevada elasticidad ingreso de la demanda de textiles, la dependencia del consumo doméstico y por la dinámica de trabajo biestacional (trabajo en dos temporadas -otoño-invierno y primavera-verano- con fuerte actividad en los meses anteriores y fuerte caída de la producción en el resto) (Matta *et al.*, 2020; Montero Bressán, 2020). Los datos obtenidos para Córdoba indican que más del 70% trabajan bajo la lógica de biestacionalidad, lo que se sustenta gracias a la estructura de informalidad que caracteriza a la industria, permitiendo que, en épocas de crisis, las empresas eviten los “costos laborales” originados en indemnizaciones o en salarios pagados por tiempos muertos (Matta *et al.*, 2020)⁵.

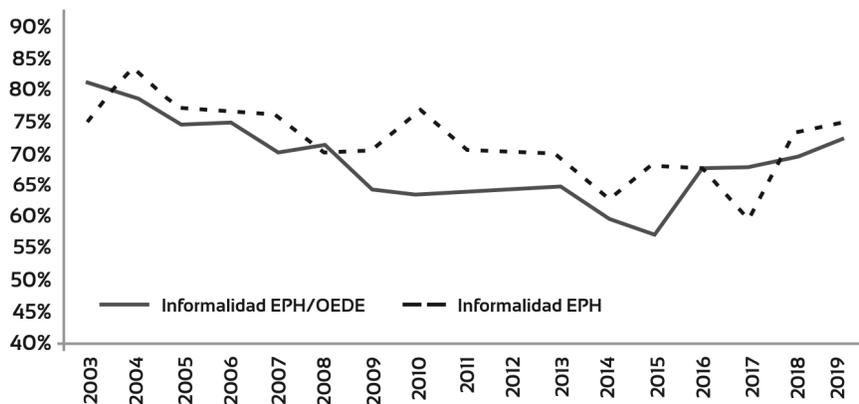
Figura 1. Variación del VBP Industrial y sectorial. Nivel nacional, 1994-2019



Fuente: elaboración propia en base a INDEC.

Respecto a la cantidad de trabajadores/as no registrados, la figura 2 muestra la evolución de la informalidad en el campo de confección de indumentaria a partir de dos indicadores diferentes. Por un lado, la línea continua muestra el cociente entre la cantidad de trabajadores/as formales del sector a nivel nacional publicada por OEDE y la cantidad total de trabajadores/as que brinda la EPH para los 31 aglomerados urbanos (dejando de lado los inactivos, desocupados y menores de 10 años). Esto se constituye en un variable *proxy* de la informalidad al cruzar dos bases de datos⁶. Se observa que la evolución es similar a la informalidad obtenida solo mediante la EPH al contar a los obreros sin descuento jubilatorio, los cuentapropistas y los trabajadores/as familiares

Figura 2. Tasas de informalidad sectorial. Nivel nacional, 2003-2019



Fuente: elaboración propia en base a INDEC y OEDE.

5- En el discurso empresarial habitual, es común encontrar este tipo de argumentos, en particular realizando comparaciones con los países del sudeste asiático y China. Esto forma parte de los “marcos interpretativos” propios del sector (Etchegorry y Matta, 2021).

6- Aquí es necesario aclarar que la información publicada por OEDE refiere a todos/as los/as asalariados/as registrados/as en el SIPA, mientras que la EPH abarca aproximadamente al 70% de la población total del país, por lo que no tiene alcance nacional (INDEC, 2003). A pesar de que los diversos alcances de las dos fuentes disminuyen la confiabilidad de los valores absolutos obtenidos, el cociente es útil como *proxy* para contrastar con la serie de informalidad de la EPH y analizar la evolución en el tiempo de la informalidad. En el contexto de la EPH se considerará informal al/la trabajador/a que no posea descuento jubilatorio, sea cuentapropista o sea trabajador/a familiar.

(línea discontinua). Estos datos se condicen con los obtenidos del relevamiento efectuado en Córdoba, donde el 40% del total de unidades productivas y el 64% de las que realizan actividades de costura y confección no se encuentran registradas.

En las dos figuras anteriores se observa claramente que las tendencias recesivas del sector se mantuvieron en los últimos años del gobierno presidido por Cristina Fernández. Sin embargo, con la llegada del gobierno presidido por Mauricio Macri, la industria textil y de confección de indumentaria se sumergió en una fuerte crisis. Lucero (2017) muestra que desde 2015 disminuyó la participación de la industria en el total del valor generado, cayeron los volúmenes de producción, se redujo el personal y se operó una caída importante en el salario real. A su vez, se incrementaron las importaciones junto a una caída del consumo de producción nacional que, conjuntamente con los incrementos tarifarios y la política monetaria restrictiva, llevaron al sector a transitar el sendero de una nueva crisis.

En la sección siguiente se reconstruirá la estructura del campo de confección de indumentaria de Córdoba, lo que permitirá encontrar una explicación más profunda sobre los fenómenos de prociclicidad e informalidad a partir del análisis de las relaciones de poder que se establecen entre los diferentes actores.

4. El campo de productores/as de indumentaria de Córdoba

4.1 Reconstruyendo el campo de productores/as

Con los datos obtenidos en la encuesta realizada en Córdoba, se ha procedido a reconstruir el campo o "espacio social" de los productores/as de indumentaria en Córdoba a partir de 24 variables que incluyen 91 modalidades. Estas han sido escogidas para operacionalizar los distintos capitales en juego: económico, cultural (incluyendo el tecnológico), simbólico, social y comercial. En la Tabla I puede observarse el detalle de las mismas, así como de las contribuciones de cada una a los tres primeros ejes que explican el 63% de la inercia total⁷.

7- Vale la pena señalar que el modelo resultante cuenta con altos niveles de fiabilidad (alfa de Cronbach de 0,835).

Tabla I. Dimensiones, variables, modalidad y ejes resultantes del ACM

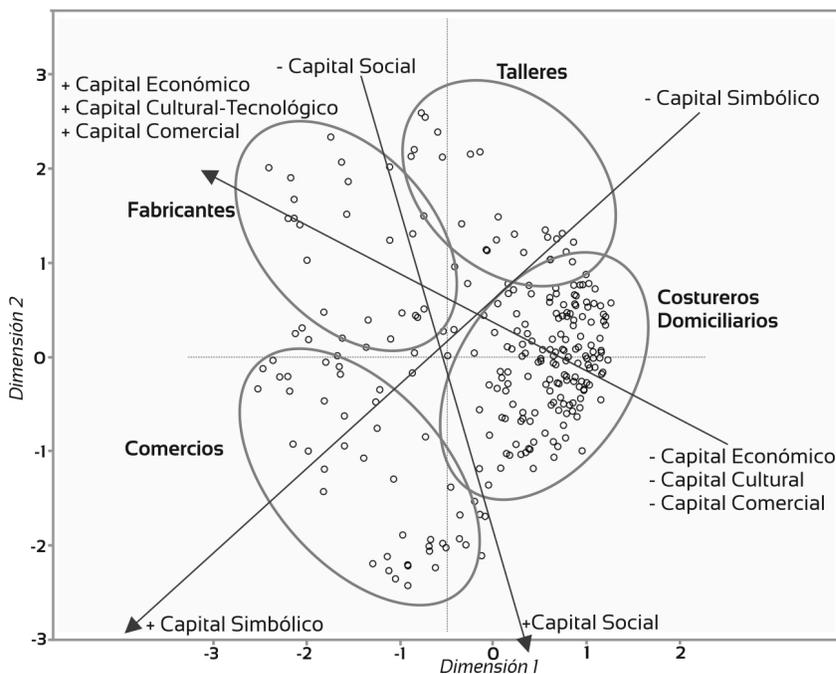
Dimensiones	Variables	Cant. modalidades	Eje 1 (31%)	Eje 2 (17%)	Eje 3 (15%)
Capital Económico	Facturación anual	4	,738	,101	,222
	Cantidad de empleados	4	,539	,201	,134
	Producción anual	5	,626	,175	,322
	Cantidad de máquinas	4	,625	,505	,165
	Condición Fiscal	8	,737	,189	,193
Capital Cultural (incluye capital tecnológico)	Nivel educativo máximo de propietario/gerente	8	,268	,086	,053
	Estudios específicos en diseño e indumentaria	2	,011	,333	,018
	Antigüedad (experiencia) en el rubro	4	,012	,155	,101
	Estructura del empleo (proporción costureros/ no costureros)	4	,540	,188	,084
	Diversidad de maquinaria (funciones)	4	,609	,437	,207
	Nivel de actualización de maquinaria	4	,523	,437	,168
	Nivel tecnológico de diseño (software)	2	,305	,038	,018
	Nivel de automatización de corte y tizada	2	,479	,038	,002
Capital Simbólico	Existencia de marca propia	2	,272	,149	,068
	Inversión en publicidad	4	,260	,122	,051
	Diseño	2	,092	,137	,159
	Tipo de diseño de prendas	3	,100	,162	,083
Capital Social	Participación en organizaciones sectoriales	2	,000	,065	,184
	Existencia de vínculos intersectoriales	4	,050	,217	,127
	Apoyos obtenidos de distintos sectores	4	,054	,018	,347
	Diversificación de vínculos	3	,036	,012,	,327

Capital comercial	Cantidad de canales	4	,085	150	,162
	Tipo de canales	3	,188	,096	,257
	Alcance de la plaza de venta	5	,318	,061	,051

Fuente: elaboración propia en base a encuesta PICT 2013.

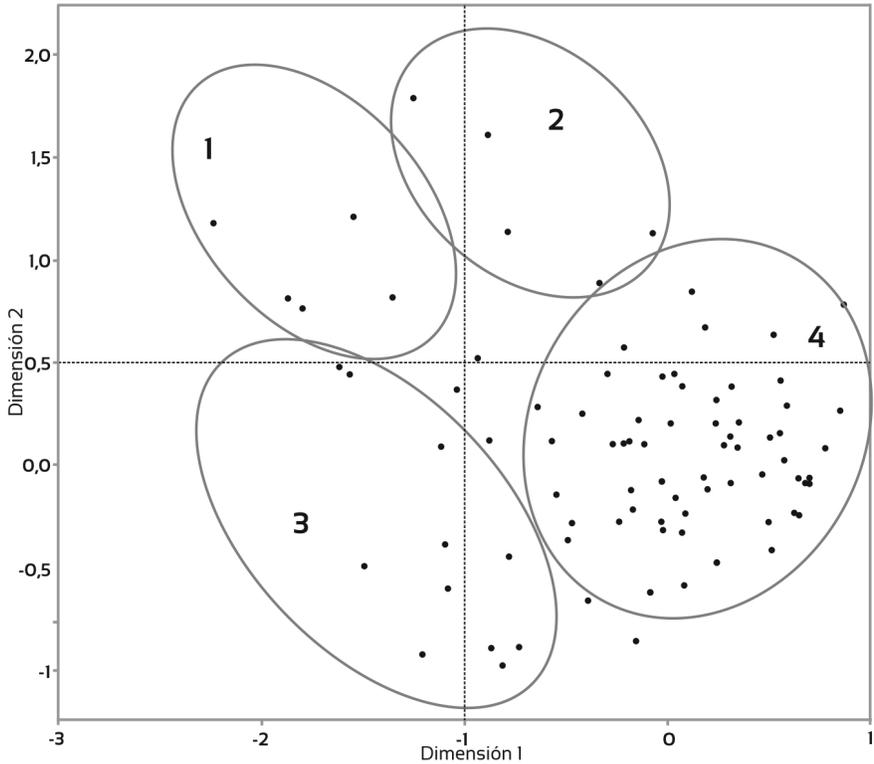
Los datos muestran que el Eje 1 separa a las unidades productivas con mayor y menor capital económico, cultural y comercial, mientras que los Ejes 2 y 3 hacen lo propio con el capital simbólico y social. Lo que se evidencia en la tabla puede observarse en las siguientes figuras proyectadas en un espacio geométrico para el cual se han seleccionado los dos ejes con mayor inercia. En la Figura 3 se observa la posición de los agentes mientras que la Figura 4, que complementa la anterior, permite observar cuáles son las modalidades representativas de cada región del campo representado de este modo.

Figura 3. Las empresas en el plano factorial (Ejes 1 y 2)



Fuente: elaboración propia en base a encuesta PICT 2013

Figura 4. Las modalidades representativas en el plano factorial (Ejes 1 y 2)



Modalidades representativas (selección) Posición de los centroides de los objetos en cada categoría.

- | | | |
|---|---|---|
| <p>1
Muy Alta producción
+20 Trabajadores
Sociedad Anónima
Ventas superiores a \$1 millón</p> | <p>2
+10 máquinas
+7 máquinas diferentes
Sociedad de hecho
Cooperativa
Venta indirecta</p> | <p>3
Con software de diseño
Universitario completo
Formación en diseño
-Menor antigüedad
+80% no costureros
Sin maquinaria</p> |
| <p>4
Unipersonal
Sin marca
No diseña
Máquinas no industriales
Primario incompleto
Ventas menores a \$100.000</p> | | |

Fuente: elaboración propia en base a encuesta PICT 2013

Luego, tal como lo recomiendan distintos estudios (Bergström y Dalberg, 2014; Lebaron y Bonnet, 2014), se ha aplicado un análisis de conglomerados jerárquicos (ACJ) a los tres ejes resultantes del ACM, lo que ha permitido identificar cuatro segmentos que conforman el campo de los productores de indumentaria.

En primer lugar, se tienen los *fabricantes o empresas marqueras* (12% del total de productores) que se ubican en el cuadrante del campo caracterizado por el mayor capital económico (facturación, producción, empleados, equipamiento) y el alto capital cultural, tanto para los propietarios/gerentes (en su mayoría con formación terciaria-universitaria) como en términos de capital tecnológico de las unidades productivas (diversificación de funciones, automatización y digitalización). Este conglomerado también acumula mayor capital simbólico en términos de poseer una marca e invertir en diseño, publicidad, etcétera. Además, estas firmas concentran alto capital comercial al controlar mayor cantidad de canales directos e indirectos, lo que les permite vender en el interior del país. Desde esta posición, los “fabricantes” se caracterizan por concentrar la mayor parte de las funciones (diseño, compras, corte, gestión y estrategias organizativas y comerciales) con excepción de la costura que se terceriza a otras unidades productivas que forman parte del campo mediante mecanismos de subcontratación. Por su posición de poder, imponen su disciplina a la hora de negociar con los distintos actores, en particular los talleres que trabajan *a façon* de manera directa o a través de intermediarios. Apenas el 18% realiza tareas de costura y tienen un promedio de 11,7 subcontratistas directos por empresa (Matta *et al.*, 2020). Mediante este mecanismo, estas empresas, que en su totalidad se encuentran registradas (S.A. o S.R.L.), transfieren así parte del riesgo a otras unidades productivas que terminan afrontando sus costos laborales, previsionales, de capacitación, de mantenimiento de máquinas y de calidad, así como la flexibilización del trabajo ante fluctuaciones estacionales y económicas. Ejercer este poder les permite además incrementar sus capitales y mantener su posición en la estructura del campo, es decir, reproducir las relaciones sociales de poder existentes.

En general, los fabricantes en Córdoba (a diferencia de Buenos Aires) se caracterizan también por su bajo capital social si se tiene en cuenta que en su mayoría no existen vínculos intra-sectoriales ni con otros sectores, del mismo modo que en general tampoco se han obtenido apoyos del Estado, el sector privado o la sociedad civil.

En segundo lugar, las *empresas comercializadoras* (15% del campo) ocupan un lugar similar a los “fabricantes” en la cadena de valor, pero difieren

en su estructura de capitales y en sus estrategias. En su mayoría están registradas, pero como vendedores de indumentaria o monotributistas ya que, a diferencia de los primeros, poseen en general escaso capital tecnológico, subcontratando la totalidad de la confección (Tabla 2)⁸.

Tabla 2. Resumen de algunas características de los segmentos del campo de productores de Córdoba

	Fabricantes	Comercializadores	Talleres	Costureros domiciliarios
Cantidad de empleados/as (promedio)	36	4	17	1,7
Cantidad de máquinas (promedio)	12	0	23	3,7
% trabajadores/as costureros/as ⁹	14%	0	65%	76%
Producción anual (prendas promedio)	200.000	32.000	43.000	4.200
Unidades productivas registradas (%)	100%	85%	94%	40%
% prendas tercerizadas	70%	100%	10%	10%

Fuente: elaboración propia en base a encuesta PICT 2013

El análisis de conglomerados permite reconocer en el interior de este segmento a un grupo especial al que se puede denominar de “empresarios de diseño”, que tiene características distintivas frente a los comercializadores “típicos”. Se trata de jóvenes que han estudiado carreras de diseño y producen colecciones en pequeña escala apuntando a ciertos nichos de mercado.

8- En Córdoba el segmento de los “fabricantes” incluye a marcas reconocidas en el circuito comercial como Vitnik, Bando, Fabrizzi, Indonesia, Crayon, Emintex, entre otras (estas menciones son a título de ejemplo, no implicando que sean parte de quienes respondieron a la encuesta). En general, además de registrarse como fabricantes, poseen instalaciones propias y talleres. En cambio, los “comercializadores” son en general locales ubicados en las zonas comerciales de la ciudad, que se publicitan al público como de “venta mayorista y minorista” o “contamos con producción propia”.

9- En la encuesta, se ha utilizado una clasificación funcional, que incluye a oficiales, medio-oficiales y aprendices que realizan funciones de costura y bordado de cualquier tipo (incluyendo ojales, avíos, etc.), diferenciándola de otras funciones (corte, tizado, estampado, lavado, preparación, etc.). Esta clasificación se basó en un análisis previo del Clasificador Nacional de Ocupaciones (INDEC) y de las categorías utilizadas por los gremios (FONIVA), y puede considerarse un nivel intermedio entre la simplicidad de la primera y el exhaustivo detalle de la segunda.

Al comparar a las comercializadoras con los fabricantes, se observa en términos generales que las primeras poseen menor capital económico que los segundos en términos de facturación, empleados y producción (aún menor para los/as "diseñadores/as"). Además, el capital cultural de los propietarios/gerentes de las comercializadoras es semejante o superior al de los/as fabricantes, en particular en el caso de los/as diseñadores/as que en su mayoría poseen formación formal específica. En términos de capital simbólico, poseen también un perfil semejante a los fabricantes ya que cuentan con marca, invierten en publicidad y en diseño, con los/as "diseñadores/as" elaborando prendas de autor y teniendo una inversión proporcionalmente mayor en este aspecto.

Su capital comercial también es en general menor a los fabricantes ya que poseen menor cantidad de canales directos e indirectos con menor alcance. El subsegmento de diseñadores/as posee menor alcance pero mayor variedad de canales, incluyendo la venta directa (en muchos casos a partir de canales electrónicos y *showrooms*), mientras que el resto del conglomerado realiza mayormente venta indirecta a través de locales en zonas comerciales de la ciudad. Con respecto al capital social, el segmento "típico" tiene bajos niveles con un perfil similar a los fabricantes, pero los/as "diseñadores/as" poseen altos niveles de vinculación tanto sectorial como con otros sectores, aunque no han obtenido proporcionalmente apoyos del Estado, el sector privado o la sociedad civil.

En tercer lugar, se tienen los *talleres* (6% del campo) que se encuentran entre los segmentos "dominados", dedicándose a las tareas de costura y produciendo las prendas finales o bienes intermedios. Si bien la mayor parte de los talleres son monotributistas que trabajan *a façon*, algunos poseen mayor grado de autonomía (como sucede con un subsegmento integrado por cooperativas de trabajo) y muchos tercerizan actividades constituyéndose simultáneamente como receptores y dadores de trabajo.

Los talleres poseen mayor capital económico que otros segmentos en términos de su cantidad de empleados y maquinaria, pero menor en términos de capital financiero, lo que puede observarse en sus ventas anuales. El capital cultural de los propietarios/encargados incluye estudios terciarios o universitarios, aunque no siempre completos, y poseen mayor capital tecnológico en términos de su diversidad de máquinas de costura, pero menor en términos de la digitalización y automatización de funciones de diseño, corte y tizada. El segmento de cooperativas posee, respecto al total, menor trayectoria en el sector y menor capital tecnológico en general.

El capital simbólico de los talleres en general es muy bajo, ya que la mayor parte no posee marca, ni invierte en publicidad. No obstante, las

cooperativas realizan diseño y en algunos casos producen prendas que no son de carácter masivo. También es muy bajo el capital comercial si se tiene en cuenta que la mayoría dependen de un único canal, la venta indirecta o trabajo *a façon*, restringido a la ciudad de Córdoba. En el subsegmento de cooperativas el principal canal en cambio es la venta directa, también restringida a la ciudad. Si bien los talleres típicos tienen bajos niveles de capital social (aún más bajos que el resto), las cooperativas son el segmento con mayores vinculaciones y apoyos de todos los ámbitos, en particular del Estado y la sociedad civil.

Los datos revelan que si bien en este segmento se encuentran bajos niveles de no registro de la unidad productiva (6%), el trabajo informal es mayor (ya que casi un tercio reconocen tener trabajadores/as no registrados). Sin embargo, no son los talleres quienes se quedan precisamente con los "beneficios" globales de la informalidad (ahorro de costos por subcontratación de talleres informales). Por el contrario, son los fabricantes y comercializadoras quienes se favorecen con las irregularidades y, entonces, las fomentan a través de la imposición del sistema de precios y del tiempo de producción. Esto queda evidenciado en el porcentaje de prendas tercerizadas por fabricantes (70%) y comercializadoras (100%), frente al de los talleristas (10%) (tabla 2). Estos datos indican el doble rol que juega el tallerista, quien es dominado por fabricantes y comercializadoras, pero también, ejerce dominación ya que se constituye como un campo, dentro del cual se encuentra nuevamente una estructura de poder signada por los altos niveles de informalidad, y que dispone de una autonomía relativa con respecto a su posición en el campo de confección.

Por último, se encuentran los/as *costureros/as domiciliarios/as* (66% del campo) que son claramente el segmento con menor volumen de capital y menor poder en el espacio social de los/as productores/as. En general, está compuesto por emprendimientos unipersonales (en su mayor parte gestionados por mujeres) o pequeñas unidades familiares de capital económico y cultural muy bajo (en su mayoría han alcanzado solamente la educación primaria o secundaria). Desde el punto de vista tecnológico poseen menor diversificación de funciones, automatización y digitalización, utilizando en su mayoría máquinas no industriales (denominadas comúnmente como "familiares").

Su capital simbólico en general también es muy bajo, ya que la mayor parte no posee marca, ni invierte en publicidad. No obstante, muchos emprendimientos realizan todo el proceso productivo, incluyendo el diseño de prendas de autor o prendas únicas. También es muy bajo su capital comercial, con diferencias internas similares a los talleres: un subsegmento

depende de un único canal, la venta indirecta o trabajo *a façon*, restringida a la ciudad de Córdoba, mientras que el otro posee mayor autonomía y también utiliza la venta directa (a particulares o en ferias).

Es en este segmento que se encuentran los mayores niveles de no registro (alrededor del 60%) y en los casos donde se cuenta con formalización, se realiza bajo la figura del Monotributo Social¹⁰.

4.2 Las posiciones en el campo y las estrategias frente a una crisis

Como se ha observado hasta aquí, la estructura del campo de productores de indumentaria se encuentra dominada por los “fabricantes” y en menor medida por las “empresas comercializadoras”. En particular las primeras, por contar con mayor volumen de capital, tienen la capacidad de imponer al resto de los agentes sus reglas, organizando no solo el proceso productivo sino la forma en la que se distribuyen los ingresos en cada una de sus etapas. Esto puede constatarse en diferentes estudios realizados en el país, que revelan que los talleres de confección se apropian de menos del 2% del valor total producido (Lieutier y Degliantoni, 2020).

A diferencia de los análisis basados en las cadenas de valor, el análisis realizado muestra que el poder de negociación de los agentes no se relaciona solamente por su posición en la cadena de valor, sino que es resultante de su posición en el campo, es decir, de la estructura de las relaciones entre todas las propiedades que son claves en este campo específico, que les confiere su propio valor a ellas y a los efectos que ejerce sobre las prácticas (Bourdieu, 2001). Esto puede verificarse al observar, por ejemplo, que fabricantes y comercializadoras ocupan un mismo lugar en la organización productiva, pero no ocupan la misma posición estructural, lo que reduce sus márgenes de acción, por ejemplo, a la hora de definir sus estrategias de organización del trabajo o establecer precios y condiciones laborales. Estos aspectos, ya están configurados por los “marqueros” y es poco probable por ejemplo que un “emprendimiento de diseño” pueda proponerse un proceso

10- Cuando se hace referencia al “registro” mediante el “Monotributo social” hay dos salvedades relevantes. Primero, que se refiere a unidades productivas y no a los trabajadores asalariados (es sabido que se trata de un régimen tributario que registra por ejemplo a costureras que trabajan de manera independiente o en proyectos productivos de hasta 3 personas). En segundo lugar, ésta figura (al igual que el régimen general del Monotributo) se utiliza con frecuencia para incurrir en fraude laboral, en el marco del mencionado gradiente de situaciones que configuran la informalidad. Con ambas aclaraciones como contexto, se clasifica a las unidades productivas que adhieren a este régimen como actividad “registrada”, en la medida que permite a su titular emitir facturas, acceder a aportes jubilatorios y acceder a obra social.

integrado verticalmente o competir por la mano de obra de los talleres disponibles en la ciudad con sus propias reglas sin elevar sus costos.

El análisis relacional permite observar, además, que, en el campo de la producción de indumentaria, la posesión de ciertos capitales no es suficiente para constituirse como agente dominante, pero sí para mantener una posición. Por ejemplo, los talleres cuentan con un capital tecnológico que no es suficiente para imponer sus reglas a los “fabricantes” y “comercializadores”, pero sí para hacerlo respecto a los “costureros/as domiciliarios”. Del mismo modo, el capital simbólico (y en cierto sentido cultural), sustentado en la distinción generada por el diseño y la imagen de marca es clave en el sector de indumentaria, pero no es suficiente para los/as “diseñadores/as” que no cuentan con el capital económico de los fabricantes, aunque les permite mantener una posición dominante respecto al resto de los segmentos.

Como hemos señalado al inicio, esta lógica de fuerzas queda expuesta claramente en situaciones de crisis como la actual, del mismo modo que ha ocurrido en otras coyunturas recientes. Aún en las decisiones de corto plazo que toman los agentes, se hace presente todo el pasado de las relaciones estructurales. Así, por ejemplo, durante la crisis en los años 2016 y 2017 los empresarios marqueros de Córdoba aplicaron estrategias que ya conocían desde los años noventa, signadas por la reducción de costos y la concentración de actividades. Como señaló un empresario “si bien después de 2015 hubo una situación crítica, uno como empresa no tuvo una caída en las ventas porque ha incorporado nuevas zonas o nuevos clientes (...) hemos mantenido el plantel” (Empresario 1, comunicación personal, noviembre de 2017); “nosotros mantuvimos el personal ya que pudimos reducir costos a través de la unificación de dos locales de producción” (empresario 2, comunicación personal, mayo de 2018).

Esta capacidad de adaptación, se sostiene, no obstante, mediante el traslado de los costos a los actores dominados, lo que queda más claro cuando se entrevista a otras unidades productivas. Como afirma un ex tallerista de la ciudad de Córdoba:

En noviembre o diciembre de 2015 teníamos que hacer 60.000 remeras para una empresa y de repente nos dijeron que la fábrica consiguió comprarlas en China y nos quedamos en el aire (...) Antes de 2015 la relación con las empresas era más formal y uno podía sentarse a negociar el precio. Ahora que abrieron las importaciones te dicen: “si yo en China pago una prenda a \$10, ¿por qué tengo que pagarte esta a \$20? Con \$15 que te pago está bien” (extallerista 1, comunicación personal, noviembre de 2017).

Estos comportamientos son un ejemplo de las distintas estrategias que favorecen el desempeño procíclico que se ha observado a nivel macro, generando un mayor desempleo o una caída del empleo registrado en los momentos de crisis. Así, por ejemplo, en los períodos de liberalización comercial, los “fabricantes” y “comercializadores” se transforman en importadores, perjudicando a los actores más dominados del campo (talleres y pequeños productores) quienes no tienen el capital para competir o comerciar con el exterior. Esto se evidencia en el testimonio de un tallerista, quien frente a la decisión de la empresa marquera de importar tuvo que reducir su personal formalizado y cerrar:

Primero redujimos y nos quedamos con cinco empleados, pero llegamos a diciembre de 2015 y cerramos (...) no podíamos mantener a la gente (...) a los que tienen trabajadores en negro les sirve, pero a nosotros no, tenemos que pagar sindicatos, SOIVA, municipalidad, renta, es muy caro (tallerista, comunicación personal, noviembre de 2017).

Además, afirma que esto ha ocurrido en varios talleres textiles ya que “en talleres donde trabajaban 15 ahora trabajan 2 o 3, y donde trabajaban 30, ahora lo hacen 7 u 8”. Es muy probable que estos/as trabajadores/as hayan sido expulsados del campo o hayan ido a parar al sector informal, ya que son los talleres no registrados los que pueden mantenerse en pie con los precios bajos que reciben por las prendas, pagándoles salarios bajos a sus trabajadores/as.

Evidentemente, y tal como lo señalan los estudios de Bentolila (2011), Matta *et al.* (2020) y Montero Bressán (2018, 2020), la apertura comercial no es la causa última de este tipo de prácticas en la industria ni es el único comportamiento que contribuye a la prociclicidad del sector, pero constituye un buen ejemplo de cómo la estructura de posiciones descrita en los apartados anteriores se correlaciona con las tomas de posición de los agentes en el campo.

5. Conclusiones

En esta investigación se ha realizado un abordaje de la industria de confección de indumentaria con un marco analítico basado en una ontología relacional, que busca comprender los mecanismos que subyacen a las estrategias de los agentes en circunstancias de crisis como la actual, a partir de sus posiciones estructurales. Las explicaciones basadas exclusivamente en el comportamiento racional de los agentes o en el lugar que estos ocupan en la cadena de valor, quedan subsumidas en una configuración de meso-nivel como son los campos, en tanto sistemas de relaciones objetivas entre todos los agentes.

Los análisis multivariados, en particular el ACM, permiten elaborar interpretaciones que van más allá de las regularidades a nivel de los eventos, para aproximarse a los mecanismos profundos, que no son otros que las relaciones de poder que subyacen a fenómenos como la informalidad y la prociclicidad del sector.

La aplicación del ACM permitió ver cómo el campo de confección de indumentaria de Córdoba es un espacio de poder determinado por las posiciones que ocupan diferentes actores y sus relaciones, lo que da sustento a los rasgos estructurales mencionados anteriormente. Su estructura es un estado de la distribución de diferentes capitales en juego. Los agentes en este campo son los fabricantes o empresas marqueras, las empresas comercializadoras, los talleres *a façon* y los/as costureros/as domiciliarios; que compiten en función del volumen y estructura de sus capitales: económico, cultural, comercial, simbólico y social. Los actores dominantes (empresas marqueras y en menor medida, comercializadoras) ocupan una posición que les permite ejercer presión sobre los dominados (talleres y trabajadores/as a domicilio) a través de diversos mecanismos de tercerización y transmisión del riesgo. Esto es producto de redefiniciones en las relaciones de fuerza –generadas a partir de las modificaciones en las reglas de juego– que dan forma a las estrategias de los actores para luchar por sus intereses y mantener (o aumentar) su capital.

El análisis realizado permite complementar los estudios basados en el concepto de cadena de valor. Primero, demostrando que el poder de negociación de los agentes no se relaciona solamente con su posición en la cadena productiva, sino que resulta de su posición en el campo en función del volumen y estructura del capital que poseen. Así, actores como los “fabricantes” y las “comercializadoras”, que comparten su posición en la cadena de valor, ocupan diferentes posiciones estructurales con diferencias en los capitales económico, cultural y comercial. Lo propio sucede al detectar algunos subsegmentos como el rol que juegan las “cooperativas de trabajo” en el contexto de los “talleres” o el del de los denominados “emprendimientos de diseño”, donde las diferencias entre comercializadoras y fabricantes se acentúan. Estas diferencias se traducen luego en distintas estrategias de organización del trabajo, fijación de precios y condiciones laborales. Segundo, el análisis relacional permite observar que la posesión de ciertos capitales no es condición suficiente para constituir a un actor como dominante, aunque sí para mantener una posición en el campo. Así, ni a los/as diseñadores/as ni a los talleres les basta con su elevado capital simbólico y tecnológico, respectivamente, para imponer reglas sobre fabricantes y comercializadores (es decir dominar el campo),

aunque sí para hacerlo sobre los/as costureros/as domiciliarios/as.

Estas relaciones quedan evidenciadas con mayor claridad en situaciones de crisis. Durante la última de ellas, previa a la pandemia, ocurrida con la llegada de un nuevo gobierno en diciembre de 2015, los agentes dominantes aprovecharon su posición para aumentar su acumulación de capital (sobre todo económico), mientras que los dominados han sufrido el proceso inverso. En aquel momento, las empresas marqueras lo hicieron incrementando la importación de indumentaria, aumentando su rentabilidad, y disciplinando a los talleres *a façon* (obligándolos a recibir un precio más bajo). Por otro lado, los talleres han sido los más perjudicados ya que, aquellos que tenían trabajadores/as formales, no han podido mantener el negocio debido a los bajos precios que les ofrecían las empresas marqueras. Esto llevó al cierre de numerosos talleres y a la disminución de personal de muchos otros. Aquellos que tienen trabajadores/as en la informalidad posiblemente hayan logrado sobrevivir debido a sus bajos costos, pero a costa de reproducir las malas condiciones laborales (alta informalidad, bajos salarios, precarización).

Este mecanismo se reproduce frente los cambios en el contexto, provenga este de situaciones no previstas o de políticas macroeconómicas definidas por el Estado. Los agentes buscarán soluciones razonables en el marco de la estructura de fuerzas de su campo, para mejorar o mantener su posición actual. Es probable, por tanto, que estos mismos mecanismos sean los que hayan operado en el desempeño del sector durante la pandemia y que, de no modificarse la estructura del campo aquí analizada, los efectos sobre los actores dominados sean similares o incluso peores a los evidenciados en años previos. Será el objetivo de futuras investigaciones contrastar empíricamente la hipótesis explicativa aquí desarrollada.

Referencias bibliográficas

Bentolila, C. (2011). El sector confeccionista textil argentino: Su estado actual y su evolución en números. En A. Matta y C. Magnano (Eds.), *Trama productiva urbana y trabajo decente. Estrategias para la cadena productiva textil de indumentaria en áreas metropolitanas* (pp. 25-62). OIT.

Bergström, Y., y Dalberg, T. (2014). En M. Grenfell y F. Lebaron (Eds.) *Bourdieu and Data Analysis. Methodological Principles and Practice*. Peter Lang AG, International Academic Publishers.

Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Anagrama.

Bourdieu, P. (2001). *Las estructuras sociales de la economía*. Manantial.

- Bourdieu, P. (2012). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus.
- Bourdieu, P., y Wacquant, L., J. D. (1992). *An invitation to reflexive sociology*. Polity Press.
- CEP XXI. (2021). *Informe de Panorama Productivo Evolución de los principales indicadores de la actividad productiva (enero, febrero, marzo, abril, mayo y junio)*. Centro de Estudios para la Producción XXI, Ministerio de Desarrollo Productivo.
- Donadi, L., Perin, H., y Martinetti, M. (2011). La cadena textil de indumentaria en el nivel local. En A. Matta y C. Magnano (Eds.), *Trama productiva urbana y trabajo decente. Estrategias para la cadena productiva textil de indumentaria en áreas metropolitanas* (pp. 63-100). OIT.
- Etchegorry, C., y Matta, A. (2021). *Empresarios y tercerización. Los marcos cognitivos de los medianos empresarios de la industria de la confección de Córdoba*. IV Jornadas de Sociología, UNCuyo.
- Gutti, P. (2013). La cadena textil e indumentaria en Argentina. En G. Stumpo y D. Rivas (Eds.) *La industria argentina frente a los nuevos desafíos y oportunidades del siglo XX* (pp. 369-400). CEPAL.
- INDEC (2003). *La nueva Encuesta Permanente de Hogares de Argentina. 2003*. https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/sociedad/metodologia_eph_continua.pdf
- Kosacoff, B. (2004). *Evaluación de un escenario posible y deseable de reestructuración y fortalecimiento del complejo textil argentino*. CEPAL.
- Lawson, T. (2003). *Reorienting economics*. Routledge.
- Lebaron, F., y Bonnet, P. (2014). Classification, Social Classes and Cultural Practices: A GDA Approach Through Bourdieu's Sociology of Culture. En M. Grenfell y F. Lebaron (Eds.), *Bourdieu and Data Analysis. Methodological Principles and Practice* (pp. 127-164). Peter Lang AG, International Academic Publishers.
- Lieutier, A., y Degliantoni, C. (2020). La tercerización y su impacto en las condiciones de trabajo en la Ciudad de Buenos Aires. En ¿Quién hace tu ropa? Estudios sobre la industria de la indumentaria en Argentina (pp. 75-96). Prometeo.
- Lucero, J. C. (2017). La industria textil en crisis bajo las políticas económicas actuales. *Realidad Económica*, 46(311), 111-137.
- Matta, A. (2011). El análisis de una trama productiva con objetivos estratégicos. Aspectos introductorios. En A. Matta y C. Magnano (Eds.), *Trama productiva y trabajo decente. Estrategias para la cadena de productiva textil de indumentaria en áreas metropolitanas* (pp. 11-24). OIT.
- Matta, A., Etchegorry, C., Magnano, C., y Orchansky, C. (2015). *Estructuras Productivas y Calidad del Empleo: Trayectorias, Estrategias y Políticas*. El

caso de la Industria de la Indumentaria. Congreso Nacional de Estudios del Trabajo, Buenos Aires.

Matta, A., Etchegorry, C., Magnano, C., Orchansky, C., Aranda, N., y Staricco, J. I. (2020). Estructura y dinámica de la Industria de Indumentaria en Argentina. En A. Matta y J. Montero Bressán (Eds.), *¿Quién hace tu ropa? Estudios sobre la industria de la indumentaria en Argentina* (pp. 45-73). Prometeo.

Matta, A., y Montero Bressán, J. (Eds.). (2020). *¿Quién hace tu ropa?* Prometeo.

Montero Bressán, J. (2018). Impacto de las importaciones de indumentaria en la producción y el empleo en Argentina (1990-2015): ¿desindustrialización o informalización? *Cuadernos de Economía Crítica*, 5(9), 97-126.

Montero Bressán, J. (2020). Producción y comercio internacional de indumentaria: Las condiciones laborales en Argentina y en el mundo. En A. Matta y J. Montero Bressán (Eds.), *¿Quién hace tu ropa? Estudios sobre la industria de la indumentaria en Argentina* (pp. 23-43). Prometeo.

Peña, D. (2002). *Análisis de datos multivariantes*. MacGraw-Hill.

Salgado, P. (2020). Superexplotación laboral y acceso al derecho en la industria de la confección de indumentaria. Reflexiones en torno a las condiciones laborales y migratorias. En A. Matta y J. Montero Bressán (Eds.) *¿Quién hace tu ropa? Estudios sobre la industria de la indumentaria en Argentina* (pp. 97-130). Prometeo.

Santarcángelo, J., Scheingart, D., y Porta, F. (2017). Cadenas Globales de Valor: Una mirada crítica a una nueva forma de pensar el desarrollo. *Cuadernos de Economía Crítica*, 4(7), 99-129.

Schorr, M., y Ferreira, E. (2013). La industria textil y de indumentaria en la Argentina. Informalidad y tensiones estructurales en la posconvertibilidad. En M. Schorr (Ed.), *Argentina en la posconvertibilidad: ¿desarrollo o crecimiento industrial?* *Estudios de economía política* (pp. 219-253). Miño y Dávila.