

Pedroni, Florencia

INFORMALIDAD EMPRESARIAL EN PYMES: PERCEPCIÓN DE COMERCIANTES Y CONTADORES PÚBLICOS

XXXVIII Reunión Anual Red Pymes Mercosur
14 de noviembre de 2023

Pedroni, F. (2023). *Informalidad empresarial en pymes: percepción de comerciantes y contadores públicos* [ponencia] XXXVIII Reunión Anual Red Pymes Mercosur. Córdoba, Argentina.

<https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/6915>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-Sin Derivados 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



Informalidad empresarial en pymes: percepción de comerciantes y contadores públicos

Florencia Pedroni

Dpto. de Ciencias de la Administración

Universidad Nacional del Sur (DCA-UNS)

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)

florencia.pedroni@uns.edu.ar

1. Introducción

La economía o sector informal se refiere a transacciones legalmente pagadas que contribuyen al Producto Bruto Interno (PBI), pero que no se reportan a las autoridades estatales, evadiendo impuestos, seguridad social y/o leyes laborales (Dabla-Norris et al., 2008). En países en desarrollo, el sector informal representa entre un tercio y la mitad de la actividad económica total, una proporción que disminuye drásticamente a medida que se desarrolla la economía (La-Porta y Shleifer, 2008).

La informalidad ha sido estudiada en diversos contextos, con diferentes perspectivas – escape o legalista y exclusión o estructuralista- (Perry et al., 2007), y con variados argumentos teóricos -económicos, institucionales, sociológicos y psicológicos- (Schneider y Enste, 2013) aunque los estudios cuantitativos desde la perspectiva del actor económico racional han sido los predominantes (Allingham y Sandmo, 1972).

Los determinantes de la informalidad empresarial identificados por la literatura empírica pueden condensarse en dos grandes grupos: factores del contexto y características de las organizaciones. Los primeros comprenden aspectos tributarios e institucionales como la onerosidad y carga administrativa de los tributos, la probabilidad de detección según el diseño y la aplicación de los controles fiscales, las penalidades por incumplimiento, la administración y el destino de los recursos fiscales que impactan en la calidad de los bienes y servicios públicos. Las características de la organización refieren a tamaño, sector, antigüedad, forma legal, entre otros (Pedroni et al., 2022b).

Dada la amplia evidencia empírica cuantitativa sobre los factores determinantes clásicos de la informalidad empresarial, el presente trabajo tiene por objetivo describir otros factores micro y meso considerados por los contribuyentes argentinos respecto a la participación en el sector informal, así como su impacto en la estrategia de negocio, a partir de la percepción de empresarios pymes y contadores públicos. La informalidad empresarial analizada comprende tanto los emprendimientos no registrados como la subdeclaración de ventas en empresas formales -que son al mismo tiempo una forma de evasión tributaria. El artículo no aborda la informalidad en el mercado laboral.

El estudio se considera de relevancia ya que propone complementar la evidencia empírica existente analizando cuestiones referidas a la gestión del negocio y elementos del meso contexto que influyen en el grado de informalidad empresarial de pymes argentinas y en la elección de su estrategia de negocio. En particular, el trabajo examina factores influyentes en la informalidad a nivel micro y meso que han sido menos estudiados, complementando un estudio cualitativo previo sobre informalidad en Argentina que analiza factores macro y microeconómicos clásicos (elementos del sistema tributario y características de la organización, respectivamente) (Autor, 2023). Asimismo, a diferencia de la extensa evidencia empírica cuantitativa, el trabajo propone estudiar en profundidad el fenómeno de la informalidad empresarial a partir de un enfoque cualitativo-microeconómico desde la perspectiva de los actores involucrados.

2. Marco de antecedentes

A nivel internacional y latinoamericano se identifican numerosas investigaciones sobre informalidad, en su mayoría estudios cuantitativos. Un compendio de antecedentes empíricos internacionales puede encontrarse en las revisiones de la literatura (Pedroni et al., 2022b; Ulyssea, 2020). Dada la amplia literatura previa, se comentan los trabajos relevantes para la presente investigación por compartir el enfoque metodológico (cualitativo), los factores influyentes analizados y el contexto de estudio (Argentina).

Entre los trabajos que incluyen abordajes cualitativos de la informalidad se encuentran Rothenberg et al. (2016) en Indonesia y Santa María y Rozo (2009) en Colombia. Respecto a los factores influyentes, la moral tributaria en América Latina es estudiada por Castañeda-Rodríguez (2015) y Torgler (2005). Por su parte, Gokalp et al. (2017) analizan el efecto de la informalidad del sector en la evasión tributaria en países con diferentes marcos institucionales encontrando que las empresas formales que enfrentan mayor competencia informal tienen más probabilidades de evadir impuestos.

En el caso de Argentina se reconocen estudios cuantitativos de informalidad empresarial desde la óptica del empresario (Pedroni et al., 2022a; Villar et al., 2015; Pesce et al., 2014) y de los profesionales en ciencias económicas (Pedroni et al., 2020). También se identifican investigaciones sobre el tema abordadas desde la economía del comportamiento (Chelala y Giarrizzo, 2014; BID, 2022).

3. Metodología

Para cumplir el objetivo, se desarrolla una investigación cualitativa con alcance descriptivo. Se recolectan datos primarios -entre septiembre 2020 y marzo 2021- a través de entrevistas semiestructuradas con 8 empresarios comerciales (EC) de pymes y 8 contadores públicos (CP) de la ciudad de Bahía Blanca, Buenos Aires, Argentina.

Las transcripciones de las entrevistas se someten a análisis de contenido cualitativo buscando describir el significado de los datos asignando categorías al material recolectado en un libro de códigos (*codebook*). La codificación combina diseño deductivo -basado en la teoría- con análisis inductivo -basado en datos- obteniéndose como resultado 6 categorías. El libro de códigos con la denominación y descripción de cada categoría se exhibe en la sección de resultados (tabla 1). La triangulación de fuentes se realiza integrando entrevistas a comerciantes, contadores públicos y revisión documental (Flick, 2013; Schreier, 2013). Para el análisis se utiliza el software Atlas.ti 9.

4. Resultados preliminares

Los hallazgos se presentan del siguiente modo. Primero en la tabla 1 se definen las categorías creadas que se clasifican en grupos: (i) factores influyentes en la participación en el sector informal, (ii) factores que actúan como filtro y (iii) elementos que refieren al impacto de la informalidad empresarial en modelo de negocio. En segundo lugar, se profundiza el análisis de los resultados ejemplificando cada una de las categorías con extractos de las respuestas de los entrevistados.

Tabla 1. Libro de códigos

| Grupo | Categoría/s: nombre (nivel) y descripción |
|-----------------------------------|--|
| i. Factores influyentes | Informalidad del sector (meso). La informalidad de otras organizaciones pertenecientes al mismo sector económico genera competencia desleal para las empresas registradas. |
| | Imagen del negocio (micro-externo). La pertenencia al sector informal puede afectar la imagen o reputación del negocio ya sea por la percepción de los consumidores en la interacción con la organización o por el impacto de posibles penalidades (clausura). |
| | Gestión administrativa y control (micro-interno). La subfacturación conlleva la gestión de dos canales (formal e informal) lo cual deriva en costos administrativos y afecta el grado de control sobre los fondos del negocio. |
| ii. Filtro | Moral tributaria. Disposición intrínseca de los contribuyentes al cumplimiento tributario. |
| iii. Impacto en modelo de negocio | Estrategia competitiva: posicionamiento (micro). Existen diferentes estrategias de negocio surgidas de la interacción entre los diversos factores influyentes en la informalidad, las características de la organización y la moral tributaria del emprendedor. |
| | Estrategia de escala: tamaño y crecimiento (micro). El tamaño y grado de crecimiento resultan afectados por la decisión del nivel de informalidad de la propia organización. |

Fuente: elaboración propia.

INFORMALIDAD DEL SECTOR

La existencia de competidores totalmente informales o inscriptos que subfacturan es uno de los factores que incentiva la informalidad. Según los contadores: “en cierta forma es competencia desleal, porque las empresas que cumplen/declaran todo (...) hacen un gran esfuerzo para estar al día, tener todos los empleados registrados, pagar lo que corresponde y, obviamente, los costos que tienen son mayores que aquellas que se manejan en la informalidad. Es lo que vemos con los comercios y los *showrooms*, ¿no? El negocio que no paga ni para los empleados, ni una habilitación, ni nada y obviamente que va a poder ofrecer el mismo bien a un precio menor” (CP2). Entonces “la cuestión tiene que ver también con el tipo de competencia si es franca o no” (CP6).

En la misma línea los comerciantes expresan: “en la zona hay gente que es el señor negro, que son los que compiten conmigo (...) pero yo no puedo competir contra una casa de fotocopias o un centro de estudiantes que tiene empleados en negro (...). Te voy a poner valores para que te des cuenta: yo tengo el precio de las fotocopias \$ 2 y el centro de estudiantes la tiene \$ 1,25. ¿Cómo compito yo contra eso? ¿Cómo llego a esa diferencia? ¿Cómo la lleno? ¡es imposible! (...) Ellos no pagan nada y yo pago todo. Entonces siempre va a ser imposible poder competir contra esa gente (...) Bueno eso es lo que te pasa cuando vos estas registrado” (EC5).

IMAGEN DEL NEGOCIO

El posible impacto en la reputación del negocio o del empresario suele ser otro elemento que desincentiva la informalidad. En palabras de los comerciantes: “nosotros también hacemos malabares, pero tratamos de que el cliente no se entere” (EC5). Por su parte los contadores indican que puede generar “pérdidas de seriedad con el que estás trabajando por así decirlo” (CP8).

La influencia de este factor en la informalidad varía según la moral tributaria del empresario. Por ejemplo, EC5 manifiesta “yo trato de tener el negocio lo más en blanco posible porque (...) me dolería si me ponen una faja de ‘clausurado’. Hay gente que tiene la cara de cemento y no le importa (...) ¡a mí se me caería la cara de vergüenza! (EC5). En el mismo sentido, EC3 indica: “(para nosotros) es como que quedás súper manchado, (pero) hay comerciantes que (...) (dicen): ¿qué le hace una mancha más al tigre?”.

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CONTROL

Uno de los factores que desincentiva la informalidad es la pérdida de control de los fondos de la organización y el costo de gestionar dos canales: formal e informal. Según los entrevistados: “desde el punto de vista de la administración, (se generan) pérdidas en el control de la empresa” (CP8), “es un desorden administrativo” (EC3). Uno de los contadores explicita: “es como si hubiese dos empresas, pero es la misma partida en dos subconjuntos: una vez que la rueda de la informalidad empezó a caminar (...) después no se para, entonces el ingreso que se genera informalmente, no puede mezclarse nunca con la parte formal (...) lo que se genera informalmente hay que aplicarlo informalmente y lo mismo ocurre con lo formal (...) Terminan siendo empresas bimonetarias, bicontable, biimpositivas. O sea, son dos empresas funcionando dentro de la misma empresa, con todos los costos que implica” (CP4).

Este factor tiene una relación directa con el tamaño de las empresas: cuanto más grande, mayor probabilidad de separación entre propiedad y administración, lo cual agrega al costo de gestión posibles pérdidas por robos o hurtos. Al respecto CP6 expresa: “(en empresas más grandes) donde manejan la caja empleados, la informalidad es un peligro porque no sabes quien se va a quedar con las cosas, si el Estado o el cajero” (CP6).

MORAL TRIBUTARIA

Más allá de todos los factores descriptos que afectan la propensión a participar en el sector informal, en última instancia, la decisión está determinada por la moral tributaria del contribuyente, que también resulta afectada por el complejo e interrelacionado conjunto de incentivos y desincentivos. En palabras de los entrevistados: “también depende de la cultura del que tiene su cargo el gobierno corporativo de la empresa, cuáles son sus ideales. Una persona correcta y honesta trata por todos los medios de hacer las cosas como corresponde, sea un chico, sea un grande, ¿no? (depende de) (...) su cultura y sus valores” (CP3). Asimismo, los comerciantes expresan: “más allá del método de pago es la intención del empresario” (EC8), “mi formación es muy honesta y muy transparente, me cuesta... [la informalidad]” (EC3).

ESTRATEGIA COMPETITIVA: POSICIONAMIENTO

De la interacción entre los diversos factores que afectan la propensión a la informalidad, las características de la empresa y la moral tributaria del emprendedor, se observa la existencia de diferentes estrategias de negocio. Si el objetivo es competir con precio del bien o servicio comercializado, hay mayor probabilidad de participar en el sector informal considerando especialmente la importancia relativa de los competidores informales en el rubro. Por lo tanto, aquellos que no quieran tender a la subfacturación deberían enfocarse en competir en otros aspectos como calidad del producto, servicio, atención al cliente, etc. Incluso la estrategia de competencia en precio se asocia modalidades de venta presencial y en efectivo, mientras que la competencia en servicio se vincula con comercio electrónico y pagos digitales. Al respecto, los empresarios expresan: “si vos competís con el precio si tenés que rebuscártela y negrear, y tenés que estar en una venta presencial necesariamente que es desgastante (...). Pero si competís con el servicio tratás siempre de blanquear todo (...) nuestra idea es declarar todo como *e-commerce*, venta virtual (...) es complicado, pero nos va a ayudar a optimizar los procesos y trabajar de manera eficiente y ordenada para poder declarar todo” (EC1).

ESTRATEGIA DE ESCALA: TAMAÑO Y CRECIMIENTO

La informalidad también influye en la estrategia de crecimiento y productividad de las organizaciones porque, en general, cuentan con los fondos para expandirse, pero no pueden justificar tales ingresos con la actividad declarada. En palabras de los contadores: “(la principal consecuencia de la informalidad es) la falta de justificación de blanco: el día que quieren hacer operaciones en blanco no tienen de donde justificar el origen de esos ingresos (CP1). Incluso CP4 lo ilustra con un ejemplo: “una empresa que funciona así (con informalidad) necesita comprar una maquinaria que es muy costosa –sale alrededor de 200 mil dólares- y los tienen, pero no los pueden usar (...). Entonces el empresario no es más productivo porque no compra esa máquina justamente porque una parte de su economía no está no declarada”. Estas decisiones de inversión, cuando no se cuenta con fondos propios, requieren de acceso al financiamiento y allí la informalidad también representa un obstáculo tal como comentan los comerciantes: “cuando vos vas a pedir un préstamo (...) ellos ven el ingreso, cuanto ingresas, como te manejas” (EC3).

5. Consideraciones finales

Además de los determinantes clásicos de la informalidad ampliamente estudiados en la literatura empírica previa, con un enfoque cualitativo, este trabajo describe otros factores ponderados por los contribuyentes argentinos respecto a su participación en el sector informal como imagen del negocio, gestión administrativa y control, e informalidad del sector. Asimismo, analiza cómo tales factores son “filtrados” por la moral tributaria del empresario y cómo la interacción entre ellos influye en la elección de la estrategia de negocio referida a posicionamiento y crecimiento de la organización. En la versión completa del trabajo se espera completar el marco de antecedentes para así ampliar la discusión de resultados y poder delinear ideas de políticas públicas que contribuyan a la reducción de la informalidad en pymes argentinas.

Referencias

Allingham, M. G., y Sandmo, A. (1972). Income tax evasion: A theoretical analysis. *Journal of public economics*, 1(3-4), 323-338.

“GLOBALIZACIÓN, DESARROLLO Y DESIGUALDAD PRODUCTIVA: LAS PYMES ANTE EL DESAFÍO DE LA DIGITALIZACIÓN”

- Autor (2023). Factores del sistema tributario argentino: ¿incentivo o desincentivo a la informalidad empresarial? Percepción de los comerciantes y contadores públicos. *Revista Finanzas y Política Económica*. Fecha envío para su evaluación: mayo 2023.
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2022). *Pequeños empujones para A. Latina y el Caribe: Una década de mejorar la política pública con la economía del comportamiento*. Monografía BID 967.
- Castañeda-Rodríguez, V. M. (2015). La moral tributaria en América Latina y la corrupción como uno de sus determinantes. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 60(224), 103-132.
- Chelala, S., y Giarrizzo, V. (2014). Evasión de impuestos en Argentina: un análisis experimental de la eficiencia de premios y castigos al contribuyente. *R. Finanzas y Política Económica*, 6(2), 269-286.
- Dabla-Norris, E., Gradstein, M., y Inchauste, G. (2008). What causes firms to hide output? The determinants of informality. *Journal of Development Economics*, 85(1-2), 1-27.
- Flick, U. (2013). *The SAGE handbook of qualitative data analysis*. Sage.
- Gokalp, O. N., Lee, S. H., y Peng, M. W. (2017). Competition and corporate tax evasion: An institution-based view. *Journal of World Business*, 52(2), 258-269.
- La-Porta, R., y Shleifer, A. (2008). The unofficial economy and economic development. *Brookings Papers on Economic Activity*, 2008(2), 275-352.
- Pedroni, F., Briozzo, A. y Pesce, G. (2022a). Firm-level determinants of business tax evasion in emerging economies: the case of Argentina. *R.Métodos Cuantitativos p/la Economía y la Empresa*, 34, 83-117.
- Pedroni, F., Pesce, G. y Briozzo, A. (2022b). Why do firms operate informally? Insights from a systematic literature review. *Innovar*, 32(83), 121-138.
- Pedroni, F., Pesce, G., Briozzo, A. y Monsueto, S. (2020). Subdeclaración de ventas en la Argentina: ¿qué tamaño y determinantes tiene el fenómeno desde la percepción de los profesionales en ciencias económicas? *Revista Desarrollo y Sociedad*, (85), 11-66.
- Perry, G. E.; Maloney, W. F.; Arias, O. S.; Fajnzylber, P.; Mason, A. D.; Saavedra-Chanduvi, J. y Bosch, M. (2007). Informalidad: escape y exclusión. *Estudios Banco Mundial sobre Am. Latina y el Caribe*.
- Pesce, G., Speroni, C., Etman, G., Rivera, C., Briozzo, A. y Vigier, H. (2014). Informalidad, presión tributaria y cumplimiento fiscal en las PyMEs. En *Grandes desafíos para pequeñas empresas: informalidad, financiamiento e información. El caso de las PyMEs de Bahía Blanca*: EDIUNS.
- Rothenberg, A. D., Gaduh, A., Burger, N. E., Chazali, C., Tjandraningsih, I., Radikun, R., ... y Weiland, S. (2016). Rethinking Indonesia's informal sector. *World Development*, 80, 96-113.
- Santa-María, S., y Rozo, S. (2009). Análisis cualitativo y cuantitativo de la informalidad empresarial en Colombia. *Desarrollo y Sociedad*, 63, 269-296.
- Schneider, F. y Enste, D. (2013). *The shadow economy: An international survey*. Cambridge Univ. Press.
- Schreier, M. (2013). Qualitative content analysis. In U. Flick (Ed.), *The SAGE handbook of qualitative data analysis* (170-183). Sage.
- Torgler, B. (2005). *Tax morale in Latin America*. *Public Choice*, 122(1-2), 133-157.
- Ulyssea, G. (2020). Informality: Causes and consequences for development. *Annual Review of Economics*, 12, 525-546.
- Villar, L., Briozzo, A., y Pesce, G. (2015). Determinantes de la informalidad en las microempresas de la Argentina. En *Anales de la XX Reunión Anual de Red PyMEs Mercosur*. Bahía Blanca.