



ARTÍCULO CIENTÍFICO

INFORMALIDAD EMPRESARIAL: FACTORES INFLUYENTES E IMPACTO EN LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO DESDE LA PERSPECTIVA DE COMERCIANTES Y CONTADORES PÚBLICOS

BUSINESS INFORMALITY: INFLUENCING FACTORS AND IMPACT ON BUSINESS STRATEGY FROM THE PERSPECTIVE OF ENTREPRENEURS AND PUBLIC ACCOUNTANTS

FLORENCIA VERÓNICA PEDRONI | <https://orcid.org/0000-0002-8896-4001> | florencia.pedroni@uns.edu.ar | Departamento de Ciencias de la Administración, Universidad Nacional del Sur, Argentina

Resumen / Abstract

El presente trabajo describe factores microeconómicos y del meso contexto 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. Metodológicamente, se efectúa una investigación cualitativa-descriptiva con datos primarios recolectados mediante entrevistas semiestructuradas a 8 empresarios pymes y 8 contadores públicos de la ciudad de Bahía Blanca (Buenos Aires, Argentina). Se efectúa un análisis de contenido con codificación basada en teoría y en datos, del cual se obtienen como resultado 6 categorías. Entre los factores influyentes los entrevistados identifican la informalidad del sector, la pérdida de control del negocio, el desprestigio de la imagen de la empresa y la moral tributaria del contribuyente. Los hallazgos también indican que la informalidad se relaciona con el modelo de negocio: estrategia competitiva de posicionamiento y estrategia de escala.

Palabras claves: economía informal; evasión tributaria; mipymes comerciales.

This study describes microeconomic factors and meso-context elements considered by Argentine taxpayers regarding participation in the informal sector, as well as their impact on business strategy from the perspective of SME entrepreneurs and public accountants. Methodologically, a qualitative-descriptive research approach is applied, using primary data collected through semi-structured interviews with eight SME entrepreneurs and eight public accountants from the city of Bahía Blanca (Buenos Aires, Argentina). A content analysis is conducted with coding based on both theory and data, resulting in the identification of six categories. Among the influencing factors, interviewees highlight sector informality, loss of business control, damage to the company's reputation, and taxpayers' tax morale. The findings also indicate that informality is linked to the business model, particularly in terms of competitive positioning strategy and scale strategy.

Key Words: commercial MSMEs, informal economy, tax evasion.



Ciencias Administrativas se encuentra bajo una licencia Creative Commons Atribución-NoComercial- CompartirIgual 4.0 Internacional

Introducción

Las actividades económicas legales que aportan al Producto Bruto Interno (PBI), pero que no se informan al Estado evadiendo los tributos, conforman lo que se denomina economía o sector informal (Dabla-Norris et al., 2008). La informalidad se relaciona inversamente con el grado de desarrollo económico y constituye entre un tercio y la mitad de la actividad económica total de los países en vías de desarrollo (La Porta y Shleifer, 2008).

La existencia del sector informal ha sido analizada con diferentes perspectivas –escape o legalista y exclusión o estructuralista– (Perry et al., 2007) y desde múltiples argumentos teóricos –económicos, sociológicos, institucionales y psicológicos– (Schneider y Enste, 2013). Sin embargo, se observa un predominio de las investigaciones cuantitativas desde la óptica del actor económico racional (Allingham y Sandmo, 1972).

En la literatura empírica se identifican determinantes de la informalidad empresarial que pueden agruparse en dos conjuntos: factores del contexto y características de las organizaciones. Dentro del primer grupo se incluyen elementos como la onerosidad y carga administrativa de los tributos; la probabilidad de detección, vinculada con el diseño y la aplicación de los controles fiscales; las sanciones por incumplimiento; la administración y el destino de los recursos fiscales asociados a la calidad de los bienes y servicios públicos. Por su parte, las características de la organización se refieren a tamaño, sector, antigüedad, forma legal, entre otras (Pedroni et al., 2022c; Ulyssea, 2020).

Los determinantes descriptos en el párrafo precedente corresponden a factores causales clásicos de la informalidad empresarial que han sido ampliamente estudiados: los elementos del contexto son cuestiones macroeconómicas o del sistema tributario, y las características de las organizaciones corresponden a aspectos microeconómicos. Considerando la vasta evidencia empírica cuantitativa referida a dichos factores determinantes clásicos, el presente artículo tiene por objetivo describir otros factores microeconómicos y del meso contexto considerados por los contribuyentes argentinos respecto a la participación en el sector informal, así como su efecto en la estrategia de negocio a partir de la percepción de contadores públicos y empresarios pymes. La informalidad empresarial examinada incluye tanto los emprendimientos no inscriptos como la subfacturación de empresas formales –que es al mismo tiempo una modalidad de evasión fiscal–. El artículo no estudia la informalidad laboral.

Metodológicamente, se realiza una investigación cualitativa-descriptiva con datos primarios recolectados a través de entrevistas semiestructuradas con empresarios pymes y contadores públicos independientes de la ciudad de Bahía Blanca (Buenos Aires, Argentina). Se desarrolla un análisis de contenido cualitativo combinando codificación basada en teoría y en datos. Como resultado, se obtienen seis categorías que son condensadas en tres grupos: factores influyentes en la participación en el sector informal; factores que operan como filtro; y elementos que refieren al efecto de la informalidad empresarial en modelo de negocio.

El presente artículo forma parte de una línea de investigación iniciada en el año 2018 que examina la informalidad empresarial y la evasión tributaria en Argentina desde la óptica de diversos agentes económicos. La originalidad y relevancia del trabajo radica principalmente en dos cuestiones. Por un lado, con un abordaje cualitativo, este trabajo analiza los factores determinantes de la informalidad enfatizando en los aspectos microeconómicos de la gestión del negocio menos indagados en la literatura empírica y elementos del meso contexto (informalidad del sector, imagen del negocio, gestión administrativa y control, moral tributaria, estrategia competitiva, y estrategia de escala) y se complementa con un estudio previo de la línea de investigación que explora cualitativamente los factores influyentes clásicos de la informalidad en Argentina (macroeconómicos: tributos, controles fiscales, sanciones, administración de recursos fiscales y microeconómicos: tipología tributaria, sector de actividad, tipo de cliente, domicilio fiscal) (Pedroni, 2024). Por otra parte, el presente artículo desarrolla un análisis cualitativo microeconómico que permite analizar en profundidad las motivaciones subyacentes de los actores involucrados en el fenómeno, diferenciándose de la vasta evidencia empírica cuantitativa existente que identifica los determinantes o factores influyentes a partir de correlaciones o modelos econométricos multivariados.

Además del presente apartado introductorio, el artículo se estructura como se describe a continuación. En la siguiente sección se presenta el marco de antecedentes desarrollando en primer lugar los factores influyentes en la informalidad usualmente estudiados y luego los factores de interés para el presente estudio. A continuación, se describe la metodología empleada para abordar el objetivo propuesto y se presentan los



resultados. Finalmente, se delinean las consideraciones finales, limitaciones y futuras líneas de investigación.

Marco de antecedentes

El fenómeno de la informalidad ha sido ampliamente estudiado a nivel internacional y latinoamericano, con un predominio de investigaciones cuantitativas. Las revisiones de la literatura de Pedroni et al. (2022c) y Ulyssea (2020) ofrecen una sistematización de los principales antecedentes empíricos internacionales. En Argentina se han realizado análisis cuantitativos de la informalidad desde diferentes perspectivas (empresario: Pedroni et al., 2022a; Villar et al., 2015; Pesce et al., 2014; profesionales en ciencias económicas: Pedroni et al., 2020) y también desde la economía del comportamiento (Chelala y Giarrizzo, 2014; Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2022). Sin embargo, son escasas las investigaciones que comprenden abordajes cualitativos de la informalidad como el presente estudio. Entre ellas se destacan los trabajos de Rothenberg et al. (2016) en Indonesia y de Santa-María y Rozo (2009) en Colombia.

Dada la amplia literatura existente sobre determinantes de la economía informal, en la subsección a continuación se resumen los principales antecedentes empíricos sobre los factores usualmente estudiados (en su mayoría trabajos cuantitativos); y en el apartado subsiguiente se comentan los trabajos que analizan los factores determinantes de la informalidad empresarial de interés para la presente investigación.

Factores influyentes en la informalidad empresarial usualmente estudiados

Entre los **factores del contexto**, desde la perspectiva clásica del agente económico racional (Allingham y Sandmo, 1972), se identifican tres determinantes principales de la informalidad empresarial o economía informal. Primero, el factor tributario ya sea por la onerosidad de los tributos o la burocracia vinculada a su liquidación, es decir, a mayor tasa tributaria o carga administrativa, mayor propensión a la informalidad (Abdixhiku et al., 2018; Alm et al., 2016; Beck et al., 2014; Dabla-Norris et al., 2008; Putniņš y Sauka, 2015). Segundo, la probabilidad de detección, vinculada con el diseño y grado de aplicación de los controles fiscales. Tercero, la penalidad o consecuencia en caso de que el incumplimiento sea detectado, a lo cual se suma la existencia de amnistías fiscales que impactan sobre la predisposición al cumplimiento tributario. En estos últimos casos el vínculo es negativo: a mayor probabilidad de detección percibida o penalidad esperada, menor propensión a participar en la economía informal (Cebula, 1997; Ihrig y Moe, 2004).

Desde la óptica institucional (Webb et al., 2009), aparecen factores determinantes como la corrupción y la calidad de los servicios públicos y gubernamentales, ambos asociados a la administración y destino de los recursos fiscales (Abdixhiku et al., 2018; Alm et al., 2016; Beck et al., 2014; Dabla-Norris et al., 2008; Putniņš y Sauka, 2015). Por su parte, el enfoque psicológico propone la inclusión de otros determinantes, como las cuestiones morales, la justicia percibida del sistema tributario y el juicio sobre el desempeño del gobierno (Kirchler, 2007; Kirchler et al., 2008; Andreoni et al., 1998).

Considerando los factores determinantes de la informalidad que representan **características de las organizaciones**, el tamaño es uno de los principales factores asociado negativamente a la economía informal, es decir, la propensión a la formalidad se incrementa con el tamaño de las organizaciones (Alm et al., 2016; Beck et al., 2014; Dabla-Norris et al., 2008; De Paula y Scheinkman, 2011; Putniņš y Sauka 2015; Williams y Kedir, 2018). Además, según los hallazgos de los trabajos empíricos la informalidad es más habitual en empresas de poca antigüedad, del sector servicios (Santa-María y Rozo, 2009), que se organizan jurídicamente como explotaciones unipersonales (Alm et al., 2016; Santa-María y Rozo, 2009), de propiedad nacional (Alm et al., 2016; Beck et al., 2014; Williams y Kedir, 2018), que no exportan (Santa-María y Rozo, 2009; Williams y Kedir, 2018) y que no recurren al financiamiento externo (Pesce et al., 2014; Siqueira et al., 2016; Villar et al., 2015).

La tipología tributaria de la organización –vinculada con su tamaño y forma legal– también resulta un factor determinante. Por ejemplo, en Argentina, en términos relativos, los incentivos a evadir son mayores para los contribuyentes del régimen tributario general (responsables inscriptos) y para los del régimen tributario simplificado cercanos al punto de inflexión entre ambos sistemas (Pedroni et al., 2022b). Asimismo, el tipo de cliente (comprador del bien o usuario del servicio) es otro factor asociado a la informalidad, ya que está

estrechamente relacionado con la actividad económica de la organización, con su ubicación en la cadena (mayorista/minorista) y con la forma de pago habitual de las operaciones (Pedroni, 2023; Pedroni et al., 2020; Pesce et al., 2014). Por último, dentro de los atributos del titular de la organización, la probabilidad de participar en actividades informales decrece a medida que aumenta el nivel de formación y la experiencia del empresario (Pedroni, 2020). Los determinantes descriptos en esta subsección han sido analizados para Argentina desde la óptica cualitativa en Pedroni (2024).

Factores influyentes en la informalidad empresarial de interés para este estudio

INFORMALIDAD DEL SECTOR

La informalidad –principalmente proveniente de empresas no registradas– genera una competencia distorsionada, motivando una pérdida de productividad y desaliento de las inversiones en resto de las empresas (Banco Mundial [BM], 2010; Fandl y Bustamente, 2017). En su estudio con datos de encuestas a nivel de empresa de diversos países, Amin y Okou (2020) documentan que la competencia del sector informal puede erosionar la participación de mercado y los recursos disponibles para impulsar la productividad de las empresas “cumplidoras” cuando estas asumen el costo adicional del cumplimiento normativo. Incluso, el impacto negativo de la competencia informal en la productividad de las empresas del sector formal es más pronunciado cuando el entorno empresarial es poco propicio para operar formalmente debido a la alta corrupción, las regulaciones onerosas y las instituciones débiles.

Específicamente, la competencia del sector informal genera dos distorsiones (Gokalp et al., 2017). En primer lugar, las empresas que operan en la informalidad logran ventajas competitivas “injustas” –gracias a la reducción de los costos variables de operación vía evasión de impuestos, contratación de trabajadores no registrados, etc. – que les permiten vender a un precio más bajo que las empresas formales (Karlinger, 2009, como se citó en Gokalp et al., 2017). Según un informe del McKinsey Global Institute, los ahorros en costos por evitar impuestos y regulaciones representan aproximadamente el 10 % del precio final de los bienes y servicios (Farrell, 2004). En segunda instancia, las empresas informales eluden las normativas estatales que pueden ser onerosas por la burocracia, la corrupción y obtienen otra ventaja respecto a las empresas formales que, al cumplir con las reglas, están expuestas a estos costos adicionales, particularmente en países con marcos institucionales débiles y un estado de derecho lento (Li y Zhang, 2007, como se citó en Gokalp et al., 2017).

Además, una mayor competencia en el mercado hace que las empresas sean más propensas a cometer conductas poco éticas y cuando esta amenaza competitiva proviene de compañías que no juegan con las mismas reglas de juego, se percibe como competencia desleal. Frente a este escenario, es probable que las empresas formales consideren más aceptable la evasión tributaria para contrarrestar las amenazas competitivas “desleales” de la economía informal (Shleifer, 2004, como se citó en Gokalp et al., 2017). Lo expresado se condice con los hallazgos del estudio de Gokalp et al. (2017) realizado con datos de 107 países, que evidencian que la competencia informal está positiva y significativamente asociada con la evasión de impuestos corporativos. En el mismo sentido, Pesce et al. (2014) documentan una relación positiva entre la percepción de la informalidad de los empresarios y el grado de informalidad del sector al que pertenece la empresa, en su investigación en pymes de Bahía Blanca (Argentina).

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CONTROL - IMAGEN DEL NEGOCIO

La informalidad total (empresas no registradas) o la existencia de ventas no declaradas dificulta el proceso de gestión de las organizaciones generando inconvenientes en la determinación de resultados (se necesita conocer ingresos declarados y no declarados). También produce dificultades en la administración de inventarios y pérdida del control sobre los recursos en general, facilitando potenciales hurtos y fraudes (Pedroni, 2020). Estudios previos en Argentina han encontrado que la percepción de la informalidad se asocia de forma negativa con el control sobre el negocio con datos obtenidos de empresarios de pymes (Pesce et al., 2014) o profesionales en ciencias económicas (Pedroni et al., 2020).

Asimismo, el estudio de Pedroni et al. (2020) también revela estadística descriptiva respecto a la percepción de los profesionales en ciencias económicas de Argentina sobre los principales factores que motivan y disuaden al



empresario a subdeclarar ventas. En el ranking de perjuicios percibidos de la informalidad, la falta de control de los recursos del negocio y el desprestigio del empresario en caso de ser descubierto se posicionan en cuarto y quinto lugar, sobre un total de seis factores. Además de la importancia en términos descriptivos, la variable 'pérdida de control del negocio' resulta ser un factor significativo en el análisis multivariado de determinantes de la subfacturación en Argentina, aunque dicha significancia no se verifica para la variable 'imagen del negocio'.

MORAL TRIBUTARIA

La moral tributaria se refiere a la disposición intrínseca de los contribuyentes a pagar los impuestos y, en América Latina, los estudios documentan una correlación significativa entre la moral tributaria y el tamaño de la economía informal (Torgler, 2005). Asimismo, varias investigaciones han analizado los factores determinantes de la moral tributaria en Latinoamérica (Castañeda-Rodríguez, 2015, 2017; Torgler, 2005) y en países emergentes (Daude et al., 2013). Al respecto, se encuentra que los factores socioeconómicos como la edad, la religión, el sexo, la situación laboral y el nivel educativo tienen un impacto significativo en los niveles de moral tributaria, mientras que dentro de los aspectos institucionales aparecen la satisfacción con la democracia, la confianza en el gobierno y la calidad percibida de los servicios públicos (Daude et al., 2013).

MEDIO DE PAGO

Respecto a la relación entre el sector informal y la modalidad de pago, la evidencia empírica demuestra que el efectivo es el medio de pago que facilita la evasión fiscal y la informalidad, ya que la probabilidad de ser detectado por el Estado por no declarar ventas es mayor que cuando la operación se realiza a través de modalidades bancarias o digitales. Estudios macroeconómicos en países de la Unión Europea documentan una fuerte correlación negativa entre la prevalencia de pagos electrónicos y la economía informal (Schneider, 2010) o la tasa de evasión del impuesto al valor agregado (IVA) (Immordino y Russo, 2018), y encuentran una relación positiva entre las tenencias de efectivo de los hogares, el volumen de transacciones y el tamaño del sector informal (Reimers et al., 2021).

En la misma línea, estudios más recientes basados en datos de sesenta economías europeas revelan que la adopción de la moneda digital del banco central por parte de los usuarios finales puede disminuir la informalidad, con un efecto débil en países con mayores economías informales (Oh y Zhang, 2022). Asimismo, investigaciones con información de cien economías emergentes y en desarrollo indican que la adopción de servicios financieros móviles (aplicaciones de dinero, crédito y ahorro móviles) reduce significativamente el tamaño del sector informal: la reducción alcanza de 1 a 4 puntos, dependiendo del estimador (Jacolin et al., 2021).

Los análisis microeconómicos sobre informalidad y medios de pago agregan a las correlaciones macroeconómicas información de los motivos subyacentes. Desde la óptica del consumidor, según Culiberg y Bajde (2014), la evasión del impuesto al consumo ocurre cuando los compradores abonan las transacciones en efectivo, ya que ello les permite recibir un mejor precio o descuento. En el examen de las razones por las que los consumidores europeos realizan compras informales, los resultados descriptivos de Horodnic et al. (2021) revelan que la conveniencia (es decir, precio más bajo y/o mejor servicio/producto) es el único motivo en el 46 % de las compras, mientras que en el resto de las transacciones intervienen otros factores, como no tener opción en el mercado regular, participar en la economía informal de manera involuntaria o hacerlo para ayudar a una persona de una red cercana. Por estas cuestiones, Immordino y Russo (2014) proponen que la reducción de la evasión fiscal debería provenir de una combinación de dos instrumentos de política: una devolución de impuestos para el comprador que solicita el comprobante y un impuesto a las extracciones de efectivo.

También existen trabajos microeconómicos que analizan el nivel de penetración de los pagos electrónicos desde la perspectiva del empresario. Según los resultados de Arango-Arango et al. (2017, 2020), en los pequeños comercios de Colombia la baja aceptación de pagos electrónicos (tarjetas de débito y crédito) responde a que el análisis beneficio-coste realizado por el empresario resulta negativo. Es decir, los comerciantes reconocen que la aceptación de medios electrónicos incrementa la competitividad de su negocio por potenciales ganancias en eficiencia y atracción de clientela, aunque en la decisión de no aceptarlos priman los aspectos de costo de operación y la expectativa de mayores impuestos, sumado a la desconfianza en el sistema financiero y la complejidad en la



implementación.

En Argentina, Pedroni et al. (2022b) analizan la relación entre medios digitales de pago e informalidad, a través de un estudio de caso simulado. En particular, la investigación describe y compara los resultados asociados a once medios de pago para dos regímenes tributarios (general y simplificado), examinando el potencial incremento de ventas por uso de medios electrónicos (efecto digitalización) y la incidencia de la subfacturación sobre transacciones en efectivo (efecto informalidad). Los hallazgos revelan que en firmas pequeñas la adopción de medios de pago electrónicos resulta más limitada por la informalidad que por los costos de transacción.

DECISIONES DE FINANCIAMIENTO E INVERSIÓN

La idea de que el nivel de informalidad está interconectado con el acceso al crédito y el grado de desarrollo financiero ha sido explorada en la literatura (Blackburn et al., 2012; Capasso y Jappelli, 2013; Straub, 2005). En general, la informalidad representa un costo de oportunidad para las empresas pues dificulta la posibilidad de acceso al financiamiento y también puede influir en las decisiones de inversión. Gran parte de los estudios han reportado un vínculo negativo entre informalidad y acceso al financiamiento (Beck et al., 2014; Dabla-Norris et al., 2008; Villar et al., 2015).

La relación entre nivel de informalidad y decisiones de inversión ha sido menos estudiada. Utilizando datos sobre empresas uruguayas, los hallazgos de Gandelman y Rasteletti (2017) sugieren que la informalidad a nivel sectorial no tiene un efecto directo sobre las inversiones de las empresas, pero encuentran que tiene un impacto

Tabla 1
 Perfil de los entrevistados

Contador Público (CP)	Cartera clientes: actividad/sector	Entrevistado/a: edad y género
CP1	Variado.	53, femenino.
CP2	Servicios (gastronomía), comercio.	34, femenino.
CP3	Variado.	53, femenino.
CP4	Comercio, industria y servicios.	40, masculino.
CP5	Mayoría comercio, algunos de servicios.	45, masculino.
CP6	Agropecuario, comercio, servicios.	48, femenino.
CP7	Industria, comercio, servicios, construcción.	49, masculino.
CP8	Comercio, industria y servicios.	30, masculino.

Empresario Comercio (EC)	Características comercio: actividad y trayectoria (en años)	Entrevistado/a: rol, género, edad
EC1	Venta de alimentos naturales, 10	Propietaria, femenino, 32
EC2	Venta de productos y maquinarias de limpieza, 15	Socia, femenino, 42
EC3	Venta de indumentaria de bebés y niños, 10	Propietaria, femenino, 42
EC4	Elaboración y venta de productos de pollo, 13	Propietaria, femenino, 60
EC5	Fotocopiadora y librería comercial-escolar, 25	Propietario, masculino, 43
EC6	Venta de indumentaria masculina, 9	Propietario, masculino, 27
EC7	Librería comercial-escolar, 22	Propietario, masculino, 59
EC8	Venta de indumentaria deportiva, 1	Propietario, masculino, 53

indirecto a través del canal de crédito. Es decir, la reducción de la inversión producida por las restricciones financieras es mayor para las empresas que operan en sectores con mayor informalidad, lo cual podría ser el resultado de información asimétrica entre las empresas y el sistema bancario.

En Argentina, según la percepción de profesionales en ciencias económicas, la dificultad de acceso al financiamiento y de inversión de los fondos generados por el negocio son los principales factores que disuaden a los empresarios de subfacturar, aunque tales factores no resultan estadísticamente significativos en el modelo multivariado de determinantes de la informalidad (Pedroni et al., 2020). Por su parte, según el estudio mixto de Rothenberg et al. (2016) del sector informal, en Indonesia las compañías informales indican que no se registran porque no tienen deseos de expandirse ni necesidad de financiamiento externo, o porque buscan reducir la carga tributaria vía evasión. La investigación se realizó con datos cuantitativos de encuestas nacionales sobre mipymes con información cualitativa obtenida de entrevistas a empresarios.

Metodología

El estudio se realiza bajo un enfoque cualitativo y con alcance exploratorio-descriptivo. La recolección de datos primarios se efectúa entre septiembre de 2020 y mayo de 2021 mediante entrevistas semiestructuradas con ocho empresarios de mipymes del sector comercial y ocho contadores públicos de la ciudad de Bahía Blanca (Buenos Aires, Argentina) (Tabla 1). Los contadores entrevistados responden en función a su experiencia profesional pensando en el conjunto de empresas que conforman su cartera de clientes, lo cual incrementa la representatividad de las respuestas logradas.

Para la selección de los entrevistados, se aplica una combinación de tipologías de muestreo orientadas a la investigación cualitativa: muestreo teórico y por conveniencia (Hernández-Sampieri et al., 2010). El tamaño muestral se define en 16 sujetos por saturación de categorías. Previo a la recolección de datos, el guion de la entrevista fue analizado mediante una prueba piloto, luego de la cual fue mejorado. Todos los entrevistados dieron su consentimiento a participar de la investigación firmando un acuerdo de confidencialidad de la información. Las entrevistas fueron grabadas y transcritas.

Tabla 2
Libro de códigos

Grupo	Categoría/s: nombre (nivel) y descripción	Factor asociado s/ marco de antecedentes
i. Factores influyentes	Informalidad del sector (meso). La informalidad de otras organizaciones pertenecientes al mismo sector económico genera competencia desleal para las empresas registradas.	Informalidad del sector
	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).	Imagen del negocio
	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.	Gestión administrativa y control
ii. Filtro	Moral tributaria. Disposición intrínseca del contribuyente al cumplimiento tributario.	Moral tributaria
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.	Medio de pago
	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.	Decisiones de inversión y financiamiento

Para examinar las transcripciones de las entrevistas se aplica la técnica de análisis de contenido cualitativo que procura describir el significado de los datos asignando categorías al material recolectado en un libro de códigos (*codebook*). La codificación empleada compendia diseño deductivo –basado en la teoría– con análisis inductivo –basado en datos–. Se obtienen como resultado seis categorías. El libro de códigos con el nombre y el detalle de cada categoría se presenta en el apartado de resultados (Tabla 2). La triangulación de fuentes se realiza combinando entrevistas a contadores públicos, comerciantes y revisión documental (Flick, 2013). Para el análisis se utiliza el software Atlas.ti 9.

Resultados

La presentación de los resultados se organiza en dos partes. En primer lugar, en la Tabla 2 se describen las categorías creadas y se vinculan con los factores influyentes identificados en la sección de marco de antecedentes. Específicamente las categorías provenientes del análisis de contenido se clasifican en tres grupos, a saber: elementos influyentes en la participación en el sector informal; cuestiones que actúan como filtro; y factores que refieren al impacto de la informalidad empresarial en modelo de negocio. En segunda instancia, se profundiza el análisis de los hallazgos ilustrando cada una de las categorías con extractos de las respuestas de los entrevistados.

INFORMALIDAD DEL SECTOR

La informalidad resulta incentivada por la competencia de empresas no registradas o de compañías formales que subfacturan. 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) y “cuando vos en el mercado tenés competidores que no hacen las cosas como vos también caes en otra desventaja más” (CP5).

En la misma línea los comerciantes expresan: “[Durante la pandemia] hubo mucha gente que se quedó sin trabajo y arrancó de manera informal a abrir emprendimientos de ropa, de comida, de un montón de cosas que no pagan impuestos. Entonces se armó todo un debate [porque] (...) yo te pago 800 millones de impuestos y vos no pagás nada, y estoy facturando lo mismo que vos” (EC6). Asimismo, EC5 comenta: “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).

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CONTROL

La informalidad es desincentivada por un factor microeconómico: la pérdida de control de los fondos de la organización y el costo de administrar dos vías (formal e informal). Al respecto los entrevistados afirman: “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 (...) Empiezan a circular dos ruedas en paralelo donde 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 se vincula directamente con el tamaño de las empresas. Es decir, en firmas de mayor dimensión, es más probable que la propiedad y la administración recaigan en personas diferentes, lo cual adiciona al costo de gestión potenciales pérdidas por robos o hurtos. En ese sentido 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).

La influencia del factor GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CONTROL en la informalidad depende también de la onerosidad de los tributos, en el sentido de que el ahorro fiscal por evasión tiene que ser importante/ atractivo para superar el costo administrativo de una doble gestión de fondos. Sobre ello, los entrevistados indican: “yo creo que, si al empresario le propondrían seguir pagando la misma carga tributaria que hoy, pero declarando el 100% de sus ingresos, ninguno diría que no. Y sería más justo para todos” (CP4); “¿Qué mejor sería que trabajar todo en blanco? sería hermoso (...). Poner un cajero, todo lo cobra el cajero, porque tiene que salir todo con ticket. Bárbaro. Seríamos todos felices y andaría todo perfecto” (EC5).

IMAGEN DEL NEGOCIO

Por otra parte, la informalidad suele resultar desincentivada por el posible impacto en la reputación del negocio o del empresario. Según 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 relevancia de este aspecto en la informalidad depende también de la moral tributaria del comerciante. Por ejemplo, EC5 manifiesta: “Yo intento 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?”.

MORAL TRIBUTARIA

Si bien se han identificado diversos aspectos que influyen en la tendencia a formar parte de la economía informal, en última instancia, la participación efectiva en la informalidad está determinada por la moral tributaria del contribuyente. Al mismo tiempo, dicha moral fiscal es afectada por un enmarañado e interrelacionado conjunto de incentivos y desincentivos. Al respecto los entrevistados afirman: “También depende de la cultura del que tiene a 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).

También se destaca la moral tributaria del contador como factor relevante en la propensión a la informalidad. Por ejemplo, CP5 menciona: “Depende también de la idiosincrasia del profesional (...). Yo no soy muy gustoso ni muy partidario de ‘brindar consejos para evadir’, no me gustan las cosas turbias, raras, no me siento cómodo, he desistido de trabajos frente a esa situación porque no es mi forma de vivir, de estar bien conmigo mismo (...). Entonces tal vez lo que para muchos es un mal contador, a mí es algo que me deja tranquilo y algunos te lo valoran, te premian por eso, en el sentido de seguir eligiéndote” (CP5).

ESTRATEGIA COMPETITIVA: POSICIONAMIENTO

De la interacción entre los factores que inciden en la propensión a la informalidad, incluidas las características de la empresa y la ética tributaria del emprendedor, es posible reconocer diversas estrategias de negocio. Por un lado, si la meta es competir en términos de precio del producto o servicio, hay altas chances de participar en el sector informal, especialmente considerando la importancia relativa de los competidores informales en el sector. Por el contrario, aquellas organizaciones que tienden a evitar la subfacturación deberían concentrarse en competir en otros ámbitos, como la calidad del producto, el servicio al cliente, entre otros. Incluso, la estrategia de competir en precio tiende a estar asociada con métodos de venta presencial y pagos en efectivo, mientras que la competencia en servicio se relaciona más con el comercio virtual y los pagos electrónicos. En palabras de los empresarios: “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).

Por ejemplo, algunos comerciantes interesados en una estrategia de competencia en precio explican por qué eso no es compatible con el uso de medios de pago electrónico: “la idea era sacar precios competitivos, entonces ofrecimos un muy buen precio, pero en efectivo (...). Lo que es la venta minorista en general no usamos billetera electrónica (...) porque te cobra una comisión entonces empezás a perder” (EC2).

Por su parte, los empresarios que apuestan a la competencia en calidad y servicio expresan: “Tengo una forma de trabajo y no me la va a cambiar nadie por más que me vengan y me digan: ‘Sos caro’ ¡No me interesa! Soy caro, pero tengo mis cosas impecables (...). Hay gente que no quiere tener problemas y viene acá por ese motivo: porque saben que yo le voy a hacer bien las cosas y que no tengo problemas con la facturación (...) Venís vos, trabajas en AFIP, y me decís quiero este trabajo: ¡Tomá!, ¡listo!, quiero una factura: ¡Tomá! Vos te llevás mi factura y no tenés problemas. Cuesta un montón hacer todas esas cosas y la gente no se fija en eso” (EC5).

ESTRATEGIA DE ESCALA: TAMAÑO Y CRECIMIENTO

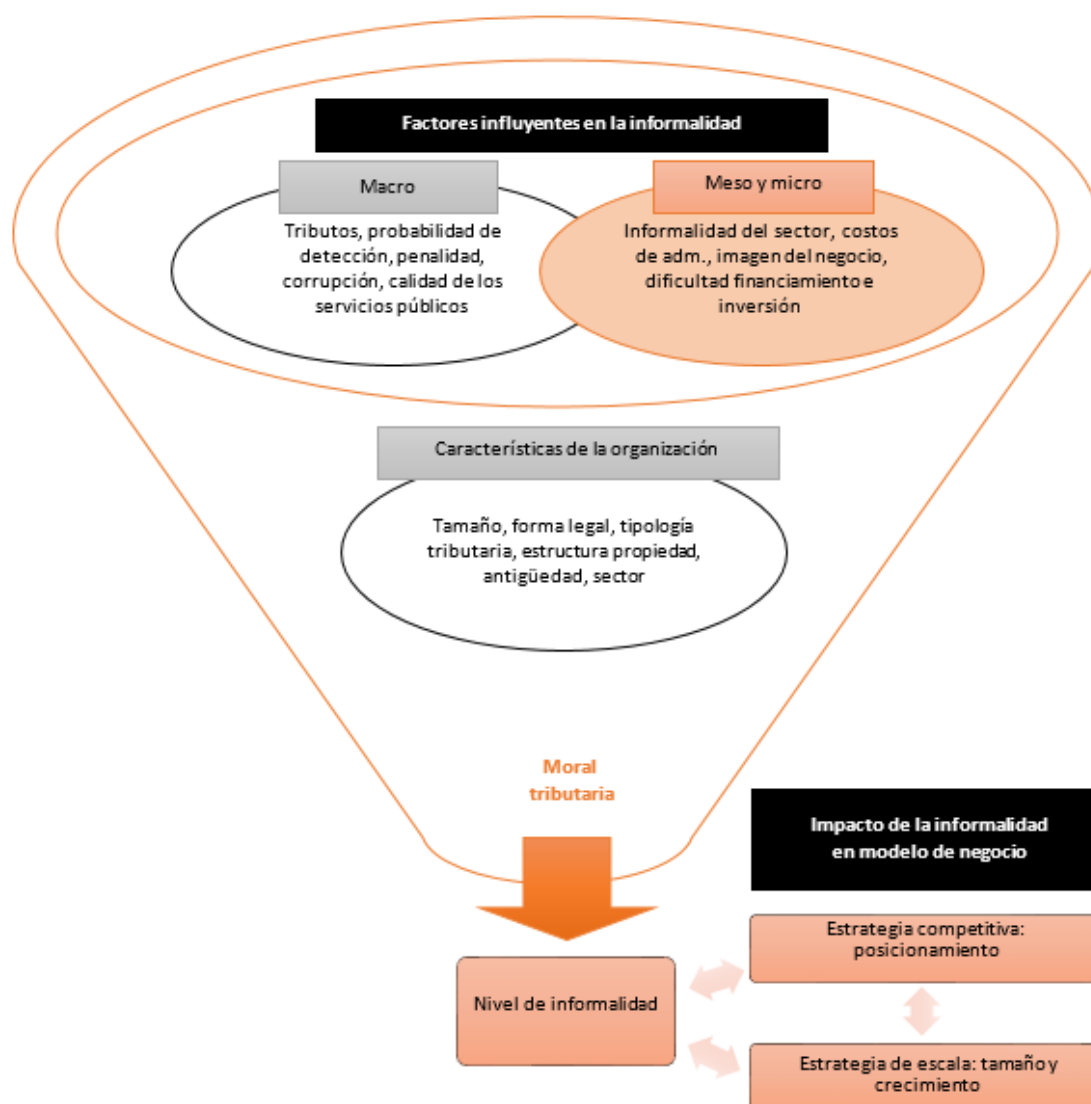
La estrategia de crecimiento y productividad de las organizaciones se ve afectada por la informalidad, ya que, por lo general, los entes disponen de recursos para expandirse, pero no pueden respaldar esos ingresos con la actividad declarada. Según los contadores: “[La principal consecuencia de la informalidad 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”.

Por su parte, cuando las decisiones de inversión se basan en recursos financieros externos, el acceso al financiamiento es fundamental. Sin embargo, la informalidad también se convierte en un obstáculo en este sentido, como lo señalan los comerciantes: “cuando vos vas a pedir un préstamo (...) ellos ven el ingreso, cuanto ingresas, como te manejas” (EC3).

Consideraciones finales

En adición a los factores tradicionales que comúnmente se estudian en la literatura sobre la informalidad, este trabajo –con un enfoque cualitativo– identifica otros elementos considerados por los contribuyentes argentinos en relación con su participación en el sector informal, tales como la reputación del negocio, la gestión administrativa y el control, y la informalidad general del sector. Además, el artículo explora cómo

Figura 1
 Análisis de hallazgos cualitativos en conjunto con investigaciones previas



Nota: Las figuras grises corresponden a factores analizados cualitativamente en Pedroni (2024), las figuras naranjas representan resultados obtenidos y analizados en el presente artículo.

estos factores son influenciados por la ética tributaria del empresario y cómo su interacción impacta en la elección de la estrategia empresarial, abordando aspectos como posicionamiento, tamaño y crecimiento de la organización. Estos hallazgos se resumen de manera esquemática en la Figura 1.

Los resultados provenientes de la percepción de los entrevistados se condicen con los estudios analizados en el marco de antecedentes. Respecto a la **informalidad del sector**, si bien los hallazgos cualitativos y descriptivos no permiten derivar una relación positiva entre la informalidad de las organizaciones y la de sus competidores, los entrevistados reconocen la informalidad de las empresas del sector como una competencia desleal, con impacto en los costos (ej. diferentes costos tributarios para una misma actividad) y, por ende, en los precios de cada organización. En este contexto, la evasión tributaria o la decisión de participar en la economía informal podría aparecer como una forma de contrarrestar las amenazas competitivas injustas (en línea con Gokalp et al., 2017; Pesce et al., 2014).

En relación a **pérdida de control y los costos de administración** que produce la informalidad, las opiniones de los entrevistados se alinean con los hallazgos de Pesce et al. (2014) y Pedroni et al. (2020)

obtenidos a partir de la percepción de empresarios y profesionales de ciencias económicas de Argentina, respectivamente. No obstante, es dable mencionar la posibilidad de que estos factores tengan menor importancia en el análisis empresarial por tratarse de costos ocultos y/o implícitos. En referencia al **desprestigio del negocio**, se trata de un factor menos mencionado que los restantes y del que tampoco existe mucha evidencia empírica. En un intento por justificar esta escasa mención de los entrevistados al factor puede hipotetizarse que el impacto negativo en la imagen del negocio pierde relevancia en contextos donde existe elevada participación del sector informal y tal vez mayor tolerancia de la sociedad hacia el fenómeno.

Tal como se explica en la sección de resultados y como se observa en la Figura 1, la **moral tributaria** del contribuyente refuerza su posición de “filtro”, ya que procesa los factores influyentes en la informalidad (macro, meso y micro) conjuntamente con las características de la organización y deriva en un determinado nivel de informalidad.

En última instancia, del análisis holístico de los hallazgos descriptivos pareciera que la estrategia de negocio elegida por los empresarios pymes está íntimamente relacionada con el nivel de informalidad de la organización. En especial, con las decisiones estratégicas del canal de venta y medio de pago (efectivo versus medios de pago electrónicos) y del tamaño y grado de crecimiento deseado (en función a la posibilidad de invertir fondos por actividades declaradas).

Los hallazgos obtenidos de los factores influyentes identificados en el presente estudio permiten delinear al menos tres líneas de acción en pos de reducir la informalidad y fomentar el crecimiento y la productividad de las pymes. Las propuestas no son excluyentes y podrían abordarse de forma conjunta. Primero, considerando el impacto de la informalidad del sector en la competitividad, los organismos fiscales podrían incrementar los controles, mejorar su eficacia o aumentar las penalidades en aquellas actividades económicas con mayor nivel de informalidad. Tales medidas, además de procurar reducir la evasión fiscal en ciertos sectores económicos, pueden actuar como señal mostrando a los contribuyentes la postura estatal de aspirar a una competencia más justa y leal.

Segundo, considerando la relación entre medios de pago e informalidad y las posibles estrategias de posicionamiento de las pymes, se puede continuar incentivando a los consumidores finales al uso de medios de pago electrónicos con el ofrecimiento de descuentos y/o financiación. De ese modo, a mayor penetración de pagos electrónicos, se incentiva al empresario pyme a incorporar esos medios de pagos e ir apostando en mayor medida a la digitalización y las estrategias de posicionamiento en calidad-servicio (no solo enfocadas en precios competitivos en efectivo). Desde la administración tributaria esta medida podría incentivarse, por ejemplo, mediante el desarrollo de aplicativos que automaticen la facturación de las ventas cobradas mediante las principales billeteras electrónicas o la participación estatal financiando parte de las promociones vigentes por el uso de dichos medios de pago.

Tercero, lo anterior puede complementarse con capacitaciones a empresarios o campañas de divulgación donde se expliciten y cuantifiquen los costos internos generados por la informalidad (en relación a la pérdida de control, la administración de dos flujos de fondos, el costo de recontar efectivo, etc.) o por contraposición se hagan visibles las ventajas de operar totalmente en el sector formal (posibilidades de financiamiento e inversión). Nuevamente, desde el organismo fiscal esta propuesta podría acompañarse con medidas que fomenten la formalidad y el cumplimiento tributario como reintegros fiscales o reducción de alícuotas por declaración y pago a término de obligaciones impositivas, entre otras (Pedroni, 2024).

Las propuestas de política 2 y 3 están íntimamente relacionadas, ya que la incorporación de medios de pago electrónicos deriva en eficiencias para la gestión administrativa y el control interno de las organizaciones, así como para las posibilidades de acceso al financiamiento y alternativas de inversión o crecimiento. En ambos casos, los contadores públicos pueden jugar un importante papel como comunicadores al transmitir y explicitar a sus clientes los beneficios provenientes de la formalización de la actividad como contrapunto de los costos ocultos de la informalidad.

Aunque la naturaleza cualitativa del estudio impide la generalización de los resultados, este análisis contribuye a una comprensión más profunda de la informalidad en las pequeñas y medianas empresas argentinas. Los hallazgos obtenidos pueden enriquecer el cuerpo teórico relacionado con los factores vinculados al sector informal, los cuales han recibido menos atención en la literatura empírica. Además, dado que la investigación se limitó a contadores públicos y comerciantes de la ciudad de Bahía Blanca, la obtención de datos a través de entrevistas con actores de otras regiones podría arrojar nuevas perspectivas sobre los



temas abordados.

En futuras investigaciones, se pretende complementar y comparar los hallazgos del presente trabajo con dos abordajes. Primero, analizar cualitativamente la informalidad empresarial en Argentina con datos provenientes de entrevistas a expertos en tributación y funcionarios de organismos fiscales. Segundo, examinar cuantitativamente la informalidad empresarial en Argentina desde la óptica de la demanda, a partir de cuestionarios aplicados a consumidores, haciendo especial hincapié en la inflación y los medios de pago como factores determinantes.

Referencias

- Abdikhiku, L., Pugh, G. y Hashi, I. (2018). Business tax evasion in transition economies: A cross-country panel investigation. *The European Journal of Comparative Economics*, 15(1), 11-36. <http://doi.org/10.25428/1824-2979/201801-11-36>
- Allingham, M. G. y Sandmo, A. (1972). Income tax evasion: A theoretical analysis. *Journal of public economics*, 1(3-4), 323-338. [https://doi.org/10.1016/0047-2727\(72\)90010-2](https://doi.org/10.1016/0047-2727(72)90010-2)
- Alm, J., Martinez-Vazquez, J. y McClellan, C. (2016). Corruption and firm tax evasion. *Journal of Economic Behaviour y Organization*, 124, 146-163. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2015.10.006>
- Amin, M. y Okou, C. (2020). Casting a shadow: Productivity of formal firms and informality. *Review of Development Economics*, 24(4), 1610-1630. <https://doi.org/10.1111/rode.12697>
- Andreoni, J., Erard, B. y Feinstein, J. (1998). Tax compliance. *Journal of Economic Literature*, 36(2), 818-860.
- Arango-Arango, C. A., Arias-Rodríguez, F., Rodríguez-Niño, N., Suárez-Ariza, N. F. y Zárate-Solano, H. M. (2020). Efectivo y pagos electrónicos. *Revista Ensayos sobre Política Económica*, 93, 1-76. <https://doi.org/10.32468/espe.93>
- Arango-Arango, C. A., Zarate-Solano, H. y Suárez-Ariza, N. F. (2017). *Determinantes del acceso, uso y aceptación de pagos electrónicos en Colombia* (Borradores de Economía N° 999). Banco de la República de Colombia. <https://www.banrep.gov.co/es/borrador-999>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2022). *Pequeños empujones para América Latina y el Caribe: una década de mejorar la política pública con la economía del comportamiento* (Monografía BID N° 967). <https://doi.org/10.18235/0004399>
- Banco Mundial. (2010). *Informality in Colombia: Implications for worker welfare and firm productivity* (Reporte N° 42698-CO). <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/385321468243561833>
- Beck, T., Lin, C. y Ma, Y. (2014). Why Do Firms Evade Taxes? The Role of Information Sharing and Financial Sector Outreach. *The Journal of Finance*, 69(2), 763-817. <https://doi.org/10.1111/jofi.12123>
- Blackburn, K., Bose, N. y Capasso, S. (2012). Tax evasion, the underground economy and financial development. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 83(2), 243-253. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2012.05.019>
- Capasso, S. y Jappelli, T. (2013). Financial development and the underground economy. *Journal of Development Economics*, 101, 167-178. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2012.10.005>



- 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. [https://doi.org/10.1016/s0185-1918\(15\)30005-2](https://doi.org/10.1016/s0185-1918(15)30005-2)
- Castañeda-Rodríguez, V. M. (2017). La equidad del sistema tributario y su relación con la moral tributaria. Un estudio para América Latina. *Investigación Económica*, 76(299), 125-152. <https://doi.org/10.1016/j.inveco.2017.02.002>
- Cebula, R. J. (1997). An empirical analysis of the impact of government tax and auditing policies on the size of the underground economy: The case of the United States, 1973-1994. *The American Journal of Economics and Sociology*, 56(2), 173-185. <https://doi.org/10.1111/j.1536-7150.1997.tb03459.x>
- Chelala, S. y Giarrizzo, V. (2014). Evasión de impuestos en Argentina: un análisis experimental de la eficiencia de premios y castigos al contribuyente. *Revista Finanzas y Política Económica*, 6(2), 269-286. <https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.2014.6.2.3>
- Culiberg, B. y Bajde, D. (2014). Do you need a receipt? Exploring consumer participation in consumption tax evasion as an ethical dilemma. *Journal of Business Ethics*, 124(2), 271-282. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1870-4>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2006.05.007>
- Daude, C., Gutierrez, H. y Melguizo, A. (2013). What drives tax morale? A focus on emerging economies. *Review of Public Economics*, 207(4), 9-40.
- De Paula, A. y Scheinkman, J. A. (2011). The informal sector: An equilibrium model and some empirical evidence from Brazil. *Review of Income and Wealth*, 57(s1), S8-S26. <https://doi.org/10.1111/j.1475-4991.2011.00450.x>
- Fandl, K. y Bustamante, J. P. (2017). Incentivizing Gray Market Entrepreneurs in Emerging Markets. *Northwestern Journal of International Law & Business*, 37(3), 415-456.
- Farrell, D. (1 de julio de 2004). The hidden dangers of the informal economy. The McKinsey Quarterly. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/employment-and-growth/the-hidden-dangers-of-the-informal-economy>
- Flick, U. (Ed.). (2013). *The SAGE handbook of qualitative data analysis*. Sage.
- Gandelman, N. y Rasteletti, A. (2017). Credit constraints, sector informality and firm investments: Evidence from a panel of Uruguayan firms. *Journal of Applied Economics*, 20(2), 351-372. [https://doi.org/10.1016/S1514-0326\(17\)30016-8](https://doi.org/10.1016/S1514-0326(17)30016-8)
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2016.12.006>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., y Baptista-Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- Horodnic, I. A., Williams, C. C., Windebank, J., Zaiț, A. y Ciobanu, C. I. (2021). Explaining consumer motives to purchase in the informal economy. *PLoS ONE*, 16(10), e0258686. <https://doi.org/10.1371/journal>



[pone.0258686](#)

- Ihrig, J. y Moe, K. S. (2004). Lurking in the shadows: The informal sector and government policy. *Journal of Development Economics*, 73(2), 541-557. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2003.04.004>
- Immordino, G. y Russo, F. F. (2014). *Taxing Cash to Fight Collaborative Tax Evasion?* (Working paper series N° 351). Centre for Studies in Economics and Finance (CSEF), University of Naples.
- Immordino, G. y Russo, F. F. (2018). Cashless Payments and Tax Evasion. *European Journal of Political Economy*, 55, 36-43. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2017.11.001>
- Jacolin, L., Keneck Massil, J. y Noah, A. (2021). Informal sector and mobile financial services in emerging and developing countries: Does financial innovation matter? *The World Economy*, 44(9), 2703-2737. <https://doi.org/10.1111/twec.13093>
- Kirchler, E. (2007). *The economic psychology of tax behaviour*. Cambridge University Press.
- Kirchler, E., Hoelzl, E. y Wahl, I. (2008). Enforced versus voluntary tax compliance: The “slippery slope” framework. *Journal of Economic psychology*, 29(2), 210-225. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2007.05.004>
- La Porta, R. y Shleifer, A. (2008). The unofficial economy and economic development. *Brookings Papers on Economic Activity*, 2008(2), 275-352. <https://doi.org/10.1353/eca.0.0016>
- Oh, E. Y. y Zhang, S. (2022). Informal economy and central bank digital currency. *Economic inquiry*, 60(4), 1520-1539. <https://doi.org/10.1111/ecin.13105>
- Pedroni, F. (2020). ¿Por qué no declarar todo? Determinantes de la *subdeclaración de ingresos en economías latinoamericanas: un estudio a nivel empresa* [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional del Sur]. <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/4994>
- Pedroni, F. (27 a 29 de septiembre de 2023). *Informalidad empresarial en pymes: percepción de comerciantes y contadores públicos* [Ponencia]. XXXVIII Reunión Anual Red Pymes Mercosur (evento híbrido). Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba, Argentina.
- Pedroni, F. (2024). Factores del sistema tributario argentino: ¿incentivo o desincentivo a la informalidad empresarial? Percepción de los comerciantes y contadores públicos. *Revista Finanzas y Política Económica*, 16(1), 243-278. <https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.v16.n1.2024.10>
- 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. <https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.5277>
- Pedroni, F., Pesce, G. y Briozzo, A. (2022b). Inclusión financiera, medios de pago electrónicos y evasión tributaria: análisis económico y aplicación en Argentina. *Apuntes del Cenes*, 41(73), 171-202. <https://doi.org/10.19053/01203053.v41.n73.2022.13053>
- Pedroni, F., Pesce, G. y Briozzo, A. (2022c). Why do firms operate informally? Insights from a systematic literature review. *Innovar*, 32(83), 121-138. <https://doi.org/10.15446/innovar.v32n83.99451>
- 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*, 1(85), 11-66. <https://doi.org/10.13043/DYS.85.1>
- 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*. Banco Mundial y Mayol Ediciones.
- Pesce, G., Speroni, C., Etman, G. y Rivera, C. (2014). Informalidad, presión tributaria y cumplimiento fiscal en las PyMEs. En A. Briozzo, H. Vigier y M. B. Guercio (Comps.), *Grandes desafíos para pequeñas empresas: informalidad, financiamiento e información. El caso de las PyMEs de Bahía Blanca* (pp. 161-208). EDIUNS.
- Putnigš T. J. y Sauka, A. (2015). Measuring the shadow economy using company managers. *Journal of Comparative Economics*, 43(2), 471-490. <https://doi.org/10.1016/j.jce.2014.04.001>
- Reimers, H., Schneider, F. y Seitz, F. (2021). Payment Innovations, the Shadow Economy and Cash Demand of Households in Euro Area Countries. *Journal of Applied Business and Economics*, 23(3), 316-335. <https://doi.org/10.33423/jabe.v23i3.4354>
- Rothenberg, A. D., Gaduh, A., Burger, N. E., Chazali, C., Tjandraningsih, I., Radikun, R., Sutera, C. y Weiland, S. (2016). Rethinking Indonesia's informal sector. *World Development*, 80, 96-113. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.11.005>
- Santa-María, S. y Rozo, S. (2009). Análisis cualitativo y cuantitativo de la informalidad empresarial en Colombia. *Desarrollo y Sociedad*, 63, 269-296. <https://doi.org/10.13043/dys.63.7>
- Schneider, F. (2010). *The Shadow Economy in Europe: Using Payment Systems to Combat the Shadow Economy*. A. T. Kearney, Inc.
- Schneider, F. y Enste, D. (2013). *The shadow economy: An international survey*. Cambridge University Press.
- Siqueira, A. C. O., Webb, J. W. y Bruton, G. D. (2016). Informal entrepreneurship and industry conditions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(1), 177-200. <https://doi.org/10.1111/etap.12115>
- Straub, S. (2005). Informal sector: the credit market channel. *Journal of Development Economics*, 78(2), 299-321. <https://doi.org/10.1016/j.jdevco.2004.09.005>
- Torgler, B. (2005). Tax morale in Latin America. *Public Choice*, 122(1-2), 133-157. <https://doi.org/10.1007/s11127-005-5790-4>
- Ulyssea, G. (2020). Informality: Causes and consequences for development. *Annual Review of Economics*, 12, 525-546. <https://doi.org/10.1146/annurev-economics-082119-121914>
- 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*. Red Pymes Mercosur.
- Webb, J. W., Tihanyi, L., Ireland, R. D. y Sirmon, D. G. (2009). You say illegal, I say legitimate: Entrepreneurship in the informal economy. *Academy of Management Review*, 34(3), 492-510. <https://doi.org/10.5465/amr.2009.40632826>
- Williams, C. C. y Kedir, A. (2018). Evaluating competing theories of informal sector entrepreneurship: A study of the determinants of cross-country variations in enterprises starting-up unregistered. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 19(3), 155-165. <https://doi.org/10.1177/1465750318782766>