



**PROVINCIA DE SALTA**

**CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES**

**Observatorio de la actividad económica  
de la provincia de Salta pos COVID-19**

**INFORME FINAL**

ABRIL 2021

CPN Sergio Alvarez

Lic María Antonella Leguizamón

## ÍNDICE

ÍNDICE .....	2
Índice de gráficos.....	4
Índice de tablas.....	3
1. INTRODUCCIÓN.....	6
1.1 La aparición del COVID19 y las medidas sanitarias nacionales .....	6
1.2. Las medidas sanitarias en la provincia de Salta.....	7
1.3. Contexto económico, social y COVID19 .....	8
1.4. Análisis de variables Pre Pandemia en Salta.....	10
2. FORMACIÓN DEL OBSERVATORIO.....	16
2.1 Las variables económicas bajo análisis .....	16
2.2 Los sectores en observación (pre pandemia).....	18
2.2.1 Sector turístico.....	18
2.2.2 Sector vitivinícola.....	22
2.2.3 Sector comercial .....	25
2.3 Relevancia de las PyME en Salta .....	30
2.4 Análisis de variables pos COVID 19 en Salta.....	32
2.5 Sectores en observación (pos COVID19) .....	39
2.6 Análisis comparativo pre y pos COVID 19 de las variables económicas por sector .....	45
3. ABORDAJE METODOLÓGICO DEL OBSERVATORIO .....	59
4. POLÍTICAS PÚBLICAS POS COVID19 Y CONSIDERACIONES FINALES.....	62
4.1 Consideraciones finales .....	68
5. BIBLIOGRAFÍA.....	71
5.1 Otras fuentes consultadas .....	74

## Índice de tablas

Tabla 1. Cantidad total de empleados registrados por sector según trimestre 2019. ...	10
Tabla 2. Índice de precios al consumidor. 1° semestre 2019. ....	12
Tabla 3. Índice de precios al consumidor por mes. 2° semestre 2019.....	12
Tabla 4. Nivel de ventas de los sectores vitivinícola, comercial y turístico en el año 2019 (en millones de pesos).....	13
Tabla 5. Recaudación tributaria de los sectores vitivinícola, comercial y turístico en el año 2019 (en millones de pesos).....	14
Tabla 6. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado (vitivinícola, comercial y turístico) durante los meses de 2019 (en miles de pesos). ...	15
Tabla 7. Estructura porcentual del valor agregado bruto a precios de 2004, según rama de actividad en la Provincia de Salta 2019.....	16
Tabla 8. Tasa Neta de Ocupación Anual por región (2019).....	18
Tabla 9. Ocupación hotelera en Salta durante los meses de 2019.....	20
Tabla 10. Ocupación hotelera en Cafayate durante los meses de 2019.....	21
Tabla 11. Mercado interno de Vinos de Salta. Volumen de venta por color en hectolitros. Comparativo 2018-2019. ....	23
Tabla 12. Mercado externo de vinos de la Provincia de Salta 2019. Distribución mensual en volumen y valor FOB. ....	23
Tabla 13. Ventas totales en Salta a precios corrientes por grupo de artículos, en miles de pesos, meses 2019.....	28
Tabla 14. Promedio de ventas totales en Salta a precios corrientes por grupo de artículos, en miles de pesos, año 2019. ....	29
Tabla 15. Categorización PyME según monto de facturación anual.....	30
Tabla 16. Categorización PyME según cantidad de empleados.....	30
<i>Tabla 17. Nivel de empleo de los sectores vitivinícola, comercial y turístico durante los dos primeros trimestres de 2020.....</i>	<i>32</i>
Tabla 18. Índice de precios al consumidor durante los meses de 2020 en la provincia de Salta. ....	34
Tabla 19. Niveles de venta de los sectores vitivinícola, comercial y turístico, primer semestre 2020 (en millones de pesos).....	35
Tabla 20. Recaudación tributaria de los sectores vitivinícola, comercial y turístico, primer semestre 2020 (en millones de pesos).....	36
<i>Tabla 21. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado (vitivinícola, comercial y turístico) según rama de actividad durante los meses de 2020, en miles de pesos.....</i>	<i>37</i>
Tabla 22. Bajas a contribuyentes locales enero 2020 a julio 2020 (según CUIT). ....	38
Tabla 23. Encuesta de supermercados. Ventas totales en Salta a precios corrientes por grupo de artículos, en miles de pesos. Año 2020.....	40
Tabla 24. Promedio de ventas totales en Salta a precios corrientes por grupo de artículos, en miles de pesos, año 2020. ....	40
Tabla 25. Locales vacíos en la ciudad de Salta Capital. ....	41
Tabla 26. Mercado interno de Vinos de Salta. Volumen de venta por color en hectolitros. Comparativo 2019-2020. ....	43
Tabla 27. Mercado externo de vinos de la Provincia de Salta 2020. Distribución mensual en volumen y valor FOB. ....	43
Tabla 28. Nivel de empleo de los sectores vitivinícola, comercial y turístico durante trimestres de 2019-2020. ....	46
Tabla 29. Nivel de empleo de los sectores vitivinícola, comercial y turístico durante los dos primeros trimestres de 2019.....	46
Tabla 30. Nivel de empleo de los sectores vitivinícola, comercial y turístico durante los dos primeros trimestres de 2020.....	47

Tabla 31. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado vitivinícola según rama de actividad durante los meses de 2019-2020 (en miles de pesos).....	48
Tabla 32. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado comercial según rama de actividad durante los meses de 2019-2020 (en miles de pesos).....	49
Tabla 33. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado turístico según rama de actividad durante los meses de 2019-2020 (en miles de pesos).....	49
Tabla 34. Índice de precios al consumidor durante los meses de 2019 en la provincia de Salta. ....	50
Tabla 35. Índice de precios al consumidor durante los meses de 2020 en la provincia de Salta. ....	51
Tabla 36. Índice de precios al consumidor con respecto a las bebidas alcohólicas durante los meses de 2019-2020 en la provincia de Salta. ....	52
Tabla 37. Índice de precios al consumidor con respecto al comercio durante los meses de 2019-2020 en la provincia de Salta. ....	52
Tabla 38. Índice de precios al consumidor con respecto a hoteles y restaurantes durante los meses de 2019-2020 en la provincia de Salta. ....	53
Tabla 39. Promedio de ventas totales en Salta a precios corrientes por grupo de artículos, en miles de pesos, año 2019-2020. ....	54
Tabla 40. Niveles de venta de los sectores vitivinícola, comercial y turístico, primer semestre 2019 y 2020 (en millones de pesos). ....	55
Tabla 41. Recaudación tributaria de los sectores vitivinícola, comercial y turístico, primer semestre 2019 y 2020 (en millones de pesos). ....	57
Tabla 42. Variables y fuentes.....	60
Tabla 43. Clasificación de datos y variables .....	61

## Índice de gráficos

Gráfico 1. Asalariados registrados del sector privado (rubro: vitivinícola, comercial y turístico) durante los trimestres de 2019. ....	11
Gráfico 2. Índice de precios al consumidor durante los meses de 2019 en la provincia de Salta. ....	12
Gráfico 3. Nivel de ventas de los sectores vitivinícola, comercial y turístico en el año 2019 (en millones de pesos). ....	13
Gráfico 4. Recaudación tributaria de los sectores vitivinícola, comercial y turístico en el año 2019 (en millones de pesos). ....	14
Gráfico 5. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado (vitivinícola, comercial y turístico) durante los meses de 2019 (en miles de pesos). ...	15
Gráfico 6. Estructura porcentual del valor agregado bruto a precios de 2004, para los sectores en estudio en la Provincia de Salta 2019. ....	16
Gráfico 7. Pernoctaciones en la provincia de Salta en cantidades mensuales. ....	19
Gráfico 8. Cantidad de hoteles que poseen más del 50% de ocupación. Año 2019. ....	21
Gráfico 9. Cantidad de hoteles que poseen más del 50% de ocupación. Año 2019. ....	22
Gráfico 10. Expectativas de ventas de comercios minoristas para el cierre de 2019. .	26
Gráfico 11. Dinámica de locales comerciales vacíos Pre Pandemia (abril 2018/julio 2019) .....	26
Gráfico 12. Dinámica bimestral de aperturas y cierres de locales comerciales (junio 2018/ julio 2019). ....	27
Gráfico 13. Promedio de ventas totales en Salta a precios corrientes por grupo de artículos, en miles de pesos, año 2019. ....	29
Gráfico 14. Cantidad de empresas por tamaño (al cierre del año 2017) .....	31

<i>Gráfico 15. Asalariados registrados del sector privado (rubro: vitivinícola, comercial y turístico) durante primeros dos trimestres de 2020.</i>	33
Gráfico 16. Índice de precios al consumidor durante los meses de 2020 en la provincia de Salta.	34
Gráfico 17. Niveles de venta de los sectores vitivinícola, comercial y turístico, primer semestre 2020 (en millones de pesos).	35
Gráfico 18. Recaudación tributaria de los sectores vitivinícola, comercial y turístico, primer semestre 2020 (en millones de pesos).	36
Gráfico 19. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado (vitivinícola, comercial y turístico) según rama de actividad durante los meses de 2020, en miles de pesos.	37
Gráfico 20. Bajas a contribuyentes locales enero 2020 a julio 2020 (según CUIT).	38
Gráfico 21. Promedio de ventas corrientes en Salta, año 2020.	41
Gráfico 22. Locales vacíos en la ciudad de Salta Capital 2019-2020.	42
Gráfico 23. Asalariados registrados del sector privado (rubro: vitivinícola, comercial y turístico) durante trimestres de 2019-2020.	46
Gráfico 24. Asalariados registrados del sector privado (rubro: vitivinícola, comercial y turístico) durante los dos primeros trimestres de 2019-2020.	47
Gráfico 25. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado vitivinícola según rama de actividad durante los meses de 2019-2020.	48
Gráfico 26. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado comercial según rama de actividad durante los meses de 2019-2020.	49
Gráfico 27. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado turístico según rama de actividad durante los meses de 2019-2020.	50
Gráfico 28. Índice de precios al consumidor durante los meses de 2019-2020 en la provincia de Salta.	51
Gráfico 29. Índice de precios al consumidor con respecto a las bebidas alcohólicas durante los meses de 2019-2020 en la provincia de Salta.	52
Gráfico 30. Índice de precios al consumidor con respecto al comercio durante los meses de 2019-2020 en la provincia de Salta.	53
Gráfico 31. Índice de precios al consumidor con respecto a hoteles y restaurantes durante los meses de 2019-2020 en la provincia de Salta.	53
Gráfico 32. Promedio de ventas totales en Salta a precios corrientes por grupo de artículos, en miles de pesos, año 2019-2020.	55
Gráfico 33. Niveles de venta del sector vitivinícola primer semestre 2019 y 2020 (en millones de pesos).	56
Gráfico 34. Niveles de venta del sector comercial primer semestre 2019 y 2020 (en millones de pesos).	56
Gráfico 35. Niveles de venta del sector turístico primer semestre 2019 y 2020 (en millones de pesos).	57
Gráfico 36. Recaudación tributaria del sector vitivinícola primer semestre 2019 y 2020 (en millones de pesos).	58
Gráfico 37. Recaudación tributaria del sector comercial primer semestre 2019 y 2020 (en millones de pesos).	58
Gráfico 38. Recaudación tributaria del sector turístico primer semestre 2019 y 2020 (en millones de pesos).	59

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1 La aparición del COVID19 y las medidas sanitarias nacionales

El 19 de marzo de 2020, el Poder Ejecutivo Nacional publicó el Decreto 297/2020, por el cual dispuso el aislamiento social preventivo y obligatorio (ASPO) a todas las personas que habitan en el país o se encuentren en él en forma temporaria desde el 20 hasta el 31 de marzo de 2020 inclusive, prorrogable por el tiempo que se considere necesario.

El Decreto 297/2020 se adoptó en el marco de la declaración de pandemia emitida por la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Emergencia Sanitaria ampliada por el Decreto 260/2020 y su modificatoria, y en atención a la evolución de la situación epidemiológica, con relación a la enfermedad COVID-19, con la finalidad de proteger la salud pública en el marco de la emergencia sanitaria.

En materia alimentaria y sanitaria, el Decreto 297/2020 específicamente dispone que solo se pueden realizar desplazamientos mínimos e indispensables para aprovisionarse de artículos de limpieza, medicamentos y alimentos aquellas personas que se encuentren cumpliendo el aislamiento social preventivo y obligatorio. Dichas disposiciones se siguieron prorrogando hasta la actualidad con distintos grados de flexibilizaciones, pero en ningún momento se logró recuperar los niveles de movilidad de la sociedad anteriores a la aparición de la pandemia.

Las disposiciones sanitarias también establecieron que los siguientes casos se encuentran exceptuados del ASPO en materia alimentaria y sanitaria (artículo 6), personal de la salud; supermercados mayoristas y minoristas y comercios minoristas de proximidad; farmacias; industrias de alimentación, su cadena productiva e insumos, de higiene personal y limpieza; de equipamiento médico, medicamentos, vacunas y otros insumos sanitarios; actividades vinculadas con la producción, distribución y comercialización agropecuaria y de pesca; reparto a domicilio de alimentos, medicamentos, productos de higiene, de limpieza y otros insumos de necesidad.

A su vez, la Decisión Administrativa 429/2020 de la Jefatura de Gabinete de Ministros, publicada el 20 de marzo de 2020, dispuso la incorporación de ciertas actividades y servicios declarados esenciales en la emergencia, exceptuadas del cumplimiento de dicho aislamiento social, preventivo y obligatorio y de la prohibición de circular a las siguientes actividades y servicios vinculados con cuestiones sanitarias y alimenticias.

Dichas actividades y servicios exceptuadas son industrias que realicen procesos continuos cuya interrupción implique daños estructurales en las líneas de producción y/o maquinarias; hoteles afectados al servicio de emergencia sanitaria, debiendo garantizar las prestaciones a las personas que se hallen alojadas en los mismos; restaurantes, locales de comidas preparadas y locales

de comidas rápidas para vender sus productos a través de servicios de reparto domiciliario, con sujeción al protocolo específico establecido por la autoridad sanitaria. En este último caso no pueden brindar servicios con atención al público en forma personal.

El 11 de abril de 2020 por la noche se publicó el Decreto 355/2020 del Poder Ejecutivo Nacional que prorroga hasta el día 26 de abril de 2020 inclusive, la vigencia del Decreto 297/2020, prorrogado a su vez por el Decreto 325/2020, con las modificaciones previstas en el artículo 2 de este último. A su vez y lo más importante es que estipula la competencia del Jefe de Gabinete de Ministros en su carácter de Coordinador de la "Unidad de Coordinación General del Plan Integral para la Prevención de Eventos de Salud Pública de Importancia Internacional", previa intervención de la autoridad sanitaria nacional, y a pedido de los gobernadores de las provincias o del Jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, de exceptuar del cumplimiento del aislamiento y de la prohibición de circular al personal afectado a determinadas actividades y servicios, o a las personas que habiten en áreas geográficas específicas y delimitadas.

A partir de esta última disposición comenzó una etapa activa del gobierno de la provincia de Salta y del Comité Operativo de Emergencia (COE) provincial en la cual comenzaron a implementarse medidas sociosanitarias en forma semanal, comenzando a impactar dichas medidas en la circulación pública y, por ende, en el nivel de actividad económica de la provincia.

## **1.2. Las medidas sanitarias en la provincia de Salta**

En tanto en la provincia de Salta el día 23 de marzo, visto la gravedad y preocupante situación que provocó la propagación del COVID-19 en la República Argentina y considerando las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud en cuanto al brote del nuevo coronavirus que fue declarado como una pandemia, se dictó el Decreto N° 250/2020 que, con el objetivo de proteger la salud pública como una obligación inalienable del estado, estableció el "aislamiento social, preventivo y obligatorio", durante el cual todas las personas debían permanecer en sus residencias habituales o donde se hayan encontrado al momento de entrada en vigencia de la medida dispuesta, en la misma línea que el Gobierno Nacional emitió el Decreto N° 260/2020, ampliando el estado de emergencia pública en materia sanitaria establecida por Ley N° 27.541 por el plazo de un año.

Asimismo, se dispuso la creación del Comité Operativo de Emergencia (COE) de la provincia de Salta, quien en adelante dictará las normas en cuanto a las políticas sociosanitarias en el territorio provincial. De esta manera, comenzaron a establecerse restricciones a la movilidad en la provincia en los primeros meses del año en curso. Debido al avance de la pandemia en los

departamentos del norte de la provincia, se establecieron fuertes restricciones de aislamiento y movilidad, afectando a los departamentos de Orán, General San Martín, Rivadavia y General Güemes. Con el avance de los contagios se fueron extendiendo las medidas de restricción al departamento Capital y a los departamentos cercanos a la misma, que integran el Valle de Lerma. Es importante destacar que, según los últimos datos censales, si bien la densidad de población para la provincia es de 7,8 habitantes por kilómetro cuadrado, en el departamento Capital el valor es de 311,3 habitantes por kilómetro cuadrado, siendo esta región donde se sitúa gran parte del movimiento económico y comercial de la provincia.

### **1.3. Contexto económico, social y COVID19**

A comienzos del año 2020 Argentina iniciaría un período con grandes desafíos, con retos ligados, principalmente, a la pobreza, el crecimiento económico y dificultades de financiamiento, asociados a la crisis alimentaria, socioeconómica y productiva, y agravados, a su vez, por el déficit fiscal y la negociación de la deuda externa. Así, en el mes de marzo con la llegada del virus COVID-19 a nuestro país y en un escenario económico global entrando en crisis debido al surgimiento de una nueva recesión a nivel mundial; la llegada de la pandemia no solo generaría efectos directos sobre la salud, sino que también comenzaría a ocasionar una situación económica crítica en todo el territorio Argentino, y con mayor profundidad en los sectores de la economía que quedaron alcanzados por las restricciones sanitarias, profundizando en nuestra provincia la problemática del nivel de empleo y la brecha de desigualdad.

Desde el punto de vista teórico, la crisis es una de las fases de los ciclos económicos<sup>1</sup> y la misma se caracteriza por una fuerte disminución de la producción, lo cual trae aparejado la caída del consumo de bienes durables (maquinarias y equipos), como así también disminuye la demanda de insumos y mano de obra necesaria para los procesos productivos. Crece la desocupación, caen los salarios y, por ende, el consumo. En el ámbito financiero los créditos disminuyen al igual que la inversión. Y, por último, la oferta monetaria se contrae y la tasa de interés es alta.

En este marco la medida adoptada en nuestro país por los gobiernos provinciales, en línea con las disposiciones sanitarias del gobierno nacional y de la Organización Mundial para la Salud (OMS) para atenuar el impacto y la propagación de la enfermedad, fue la implementación del aislamiento social, preventivo y obligatorio (ASPO), que afecta a la mayoría de los sectores económicos debido a las restricciones de circulación impuestas a la sociedad,

---

<sup>1</sup> "Fluctuaciones de naturaleza rítmica de la actividad económica general que ocurren en todas las naciones con economías organizadas en base a empresas privadas" (Jorrat, Jarra y Horta, 1997). Siguen un esquema de expansión, auge, contracción, crisis y resurgimiento.

con excepciones de sectores que fueron declarados como esenciales, mencionados en los puntos anteriores y algunos sectores que se fueron flexibilizando durante algunos períodos. Además, a nivel nacional y en la provincia de Salta en particular se tomaron medidas económicas y sociales que se describen en los siguientes capítulos.

En el contexto de la pandemia los mercados de todo el mundo están experimentando una sensación comparable a una de las más importantes crisis económicas de la historia, como fue la “Gran Depresión”, debido a la desaceleración económica mundial. Según analistas e instituciones financieras, como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional, 'Perspectivas Económicas Globales' (FMI, 2020), dicha desaceleración ha generado efectos negativos como caídas constantes en la Bolsa de Valores; Producto Bruto Interno (PBI) que rondan números inferiores a cero; altos niveles de desempleo; aumento de la pobreza; cierre de empresas y quiebras de importantes grupos económicos internacionales, etc. “En la Gran Depresión de la década de 1930, la producción cayó casi 30%; entre 1931 y 1940, la tasa de desempleo promedió 18.8%” (Dornbush, Fischer y Startz, 2009).

Actualmente, la crisis económica provocado por la pandemia de COVID-19 es denominada por muchos analistas e instituciones de análisis económico a nivel global como “El Gran Confinamiento”, y está causando la mayor recesión mundial en 80 años. A su vez, la caída del producto bruto per cápita es la más extendida desde 1870 debido al número de países afectados. El Banco Mundial estima una contracción de la economía global del 5,2% en 2020, con una caída del PIB en Latinoamérica del 7,2%, debido a que diversas naciones de la región se verán muy afectadas por la caída de la actividad de China, que es uno de los destinos más importantes para comercializar sus exportaciones (CEPAL, 2020).

En cuanto al mercado laboral, a principios de abril, un estudio de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) manifestó que el 81% de la fuerza laboral mundial (aproximadamente 3.300 millones de personas) se encontraba con su trabajo parcial o totalmente cerrado. Según sus proyecciones, prevé un importante deterioro de los indicadores laborales en 2020, la tasa de desempleo se ubicaría en torno a 11,5%, un aumento de 3,4 puntos porcentuales respecto al nivel de 2019 cuando era del 8,1% (CEPAL, 2020).

Enfatizando en América Latina, el número de desempleados de la zona llegaría a 37,7 millones de acuerdo con las proyecciones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). En ese contexto, la tasa de pobreza en la región aumentaría en 4,4 puntos porcentuales durante 2020 al pasar de 30,3% a 34,7%, lo que significa un incremento de 29 millones de individuos en situación de pobreza. Por su parte, la indigencia crecería en 2,5 puntos porcentuales pasando de 11,0% a 13,5%, lo que representa un incremento de 16 millones de personas.

Por último, otro indicador tomado como referencia, y que permite trazar un paralelismo entre la “Gran Depresión” y el “Gran Confinamiento”, es el indicador Dow Jones<sup>2</sup>, que registra pérdidas del 12,9% en el pasado 16 de marzo, mientras que, el “martes negro” del 29 de octubre de 1929 cayó un 12% (porcentaje similar al del corriente año).

“En conclusión, el efecto real sobre la caída del PIB dependerá de cuánto tiempo se aplicarán las medidas de aislamiento social, de su amplitud en términos sectoriales y jurisdiccionales, y eso está sujeto a la trayectoria de crecimiento de la pandemia. Por otro lado, resultará central el efecto que la crisis internacional, de magnitud todavía desconocida, tenga sobre el país” (ONU, 2020:29).

#### **1.4. Análisis de variables Pre Pandemia en Salta**

Desde el Observatorio económico pos COVID19 de la provincia de Salta nos proponemos indagar la situación de un conjunto de variables para algunos de los sectores de importancia para la economía provincial, que fueron definidos para esta primera etapa del observatorio: turístico, comercio y vitivinícola. Primero analizaremos la situación en la cual se encontraban en el momento previo a la irrupción de la pandemia, para luego continuar con el análisis comparativo de la situación pos COVID y su evolución.

Con respecto al **nivel de empleo**, tomamos como referencia la tasa de empleo calculada como porcentaje entre la población ocupada y la población total. En la siguiente tabla (Tabla 1) se muestra la cantidad total de empleados registrados para cada uno de los sectores en un momento determinado.

*Tabla 1. Cantidad total de empleados registrados por sector según trimestre 2019.*

	<b>1° Trim 2019</b>	<b>2° Trim 2019</b>	<b>3° Trim 2019</b>	<b>4° Trim 2019</b>
<b>Sector Vitivinícola</b>	1.022	937	912	920
<b>Sector Comercial</b>	9692	9460	9460	9378
<b>Sector Turístico</b>	5401	5176	5357	5349

Fuente: elaboración propia en base a datos del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial - MTEySS en base a SIPA.

<sup>2</sup> Promedio Industrial Dow Jones es un índice bursátil que refleja el comportamiento del precio de la acción de las 30 compañías industriales más importantes y representativas de Estados Unidos, con excepción del transporte y servicios públicos.

Gráfico 1. Asalariados registrados del sector privado (rubro: vitivinícola, comercial y turístico) durante los trimestres de 2019.



Fuente: Elaboración propia en base a los datos del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial - MTEySS en base a SIPA.

En el gráfico de barras (Gráfico 1) se puede observar que el sector comercial es el que más asalariados nuclea de los tres sectores bajo estudio, el cual culmina el año 2019 con una pequeña caída en la tasa de empleo, con 9378 asalariados registrados.

Por su parte, el sector vitivinícola es el que posee menor tasa de empleo de los tres sectores bajo estudio y culminó el año 2019 con 920 asalariados registrados. Además, el mismo ha sufrido una modificación a la baja del 10% de asalariados registrados a lo largo del año en cuestión. Comparado con el sector comercial, el turístico cuenta con niveles de empleo que representan la mitad de este, siendo importante además destacar que el sector comercial en la provincia de Salta registra un nivel importante de informalidad en cuanto a la contratación de personal y registración de establecimientos, tal como lo señalan los informes de la Cámara del Comercio y la industria de la provincia de Salta (CCI – Relevamiento del comercio ilegal 2019).

Por último, el sector turístico se mantuvo sin variaciones importantes durante el año anterior, verificando al cierre del 2019 un registro de 5349 asalariados, lo que significó una caída de tan solo el 1% con respecto al inicio del año.

A partir del **índice de precios al consumidor** podemos medir la variación de precios de los bienes y servicios representativos del gasto de consumo de los hogares residentes en la provincia de Salta en comparación con los precios vigentes en el año base.

En las siguientes tablas y gráficos se muestra la variación del índice de precios para el año 2019 en la provincia para los sectores bajo análisis.

Tabla 2. Índice de precios al consumidor. 1° semestre 2019.

	Ene-19	Feb-19	Mar-19	Abr-19	May-19	Jun-19
Bebidas alcohólicas	162,23	166,09	168,28	169,19	171,29	174,62
Comercio*	340,15	355,06	372,12	385,82	397,29	407,72
Restaurantes y hoteles	177,72	182,20	189,43	197,88	204,83	213,19

(\*) Incluye "alimentos y bebidas no alcohólicas" y "prendas de vestir y calzado".

Fuente: Elaboración propia en base a los datos del IPC (INDEC).

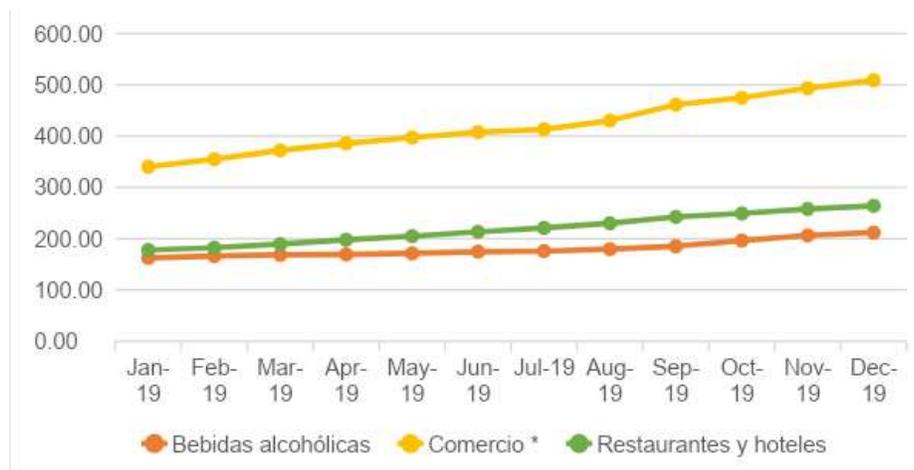
Tabla 3. Índice de precios al consumidor por mes. 2° semestre 2019

	Jul-19	Ago-19	Sep-19	Oct-19	Nov-19	Dic-19
Bebidas alcohólicas	175,70	179,57	185,18	196,18	206,34	211,84
Comercio*	413,28	430,21	461,34	474,70	493,42	509,05
Restaurantes y hoteles	221,00	230,01	242,45	249,15	257,93	263,97

(\*) Incluye "alimentos y bebidas no alcohólicas" y "prendas de vestir y calzado".

Fuente: Elaboración propia en base a los datos del IPC (INDEC).

Gráfico 2. Índice de precios al consumidor durante los meses de 2019 en la provincia de Salta.



(\*) Incluye "alimentos y bebidas no alcohólicas" y "prendas de vestir y calzado".

Fuente: Elaboración propia en base a los datos del IPC publicado por INDEC.

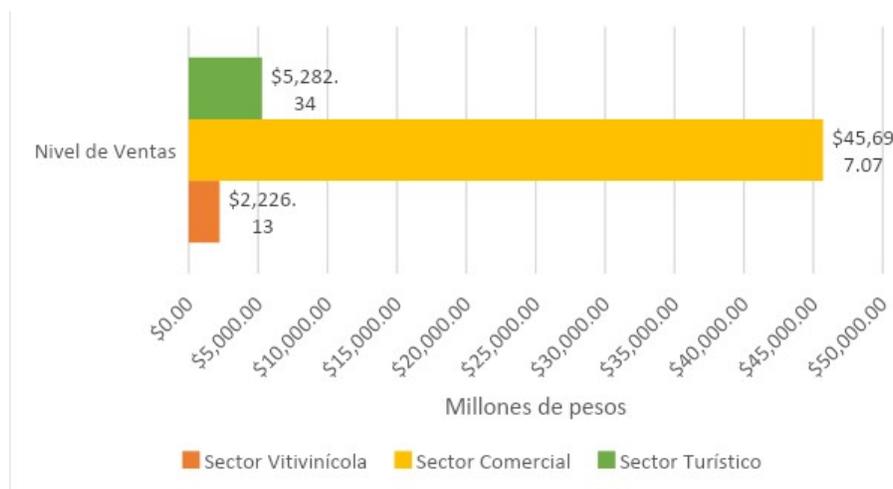
Por otro lado, el **nivel de ventas** permite dimensionar los ingresos que una empresa o unidad contable ha tenido con motivo de su actividad ordinaria, en un período de tiempo determinado. Es decir, se calcula el total de productos y/o servicios vendidos por su precio correspondiente para cada sector bajo estudio (vitivinícola, comercio y turismo). A continuación, se muestra en tabla y gráfico dichos niveles de venta para el año 2019.

Tabla 4. Nivel de ventas de los sectores vitivinícola, comercial y turístico en el año 2019 (en millones de pesos).

	Sector Vitivinícola	Sector Comercial	Sector Turístico
Nivel de Ventas	\$2.226,13	\$45.697,07	\$5.282,34

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta

Gráfico 3. Nivel de ventas de los sectores vitivinícola, comercial y turístico en el año 2019 (en millones de pesos).



Fuente: elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta.

Como vemos en el gráfico, el sector comercial fue en el 2019 el sector con mayor importancia de los tres sectores bajo estudio. A pesar de ello observamos que no representa la misma importancia cuando se analiza la cantidad de empleados registrados por sector.

Asimismo, recurrimos a la variable **recaudación tributaria** para dar cuenta de los ingresos por el concepto de impuesto a las actividades económicas que percibe el Estado provincial a través de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta (DGR) por el ejercicio de actividad comercial de los

diferentes agentes bajo análisis. Más abajo observamos la recaudación tributaria por sector para el período 2019.

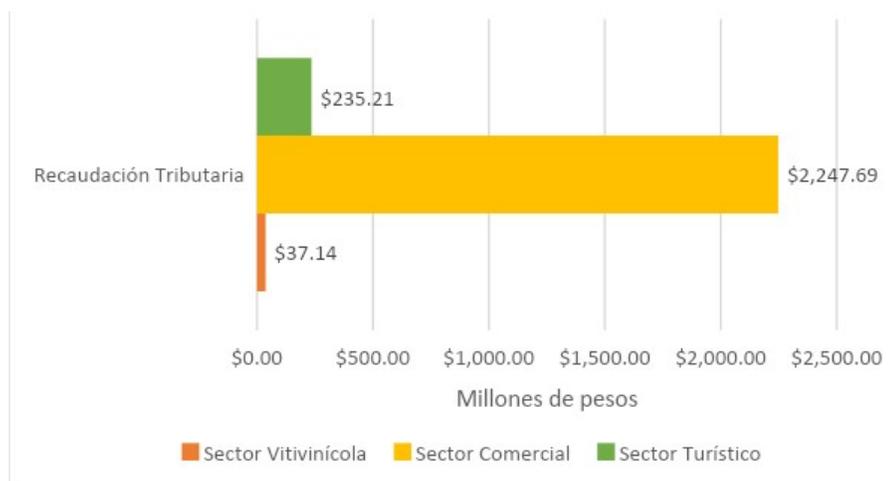
Tabla 5. Recaudación tributaria de los sectores vitivinícola, comercial y turístico en el año 2019 (en millones de pesos).

	Sector Vitivinícola	Sector Comercial	Sector Turístico
Recaudación Tributaria*	\$37,14	\$2.247,69	\$235,21

(\*) Incluye contribuyentes jurisdiccionales y los comprendidos en Convenio Multilateral.

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta.

Gráfico 4. Recaudación tributaria de los sectores vitivinícola, comercial y turístico en el año 2019 (en millones de pesos).



(\*) Incluye contribuyentes Jurisdiccionales y los comprendidos en Convenio Multilateral.

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta.

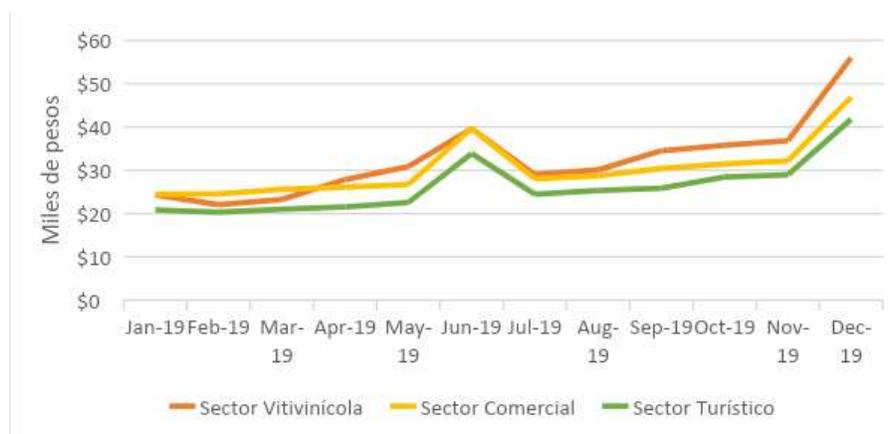
A su vez, a partir del análisis de la variable **remuneración promedio de los trabajadores registrados** del sector privado para cada uno de los sectores en estudio (Tabla 4 y Gráfico 4) encontramos que, si bien el promedio de salarios del sector vitivinícola había comenzado el año anterior en los mismos niveles que los otros dos sectores, finalizando el año 2019 tuvo una importante recuperación y es evidente que se dio una renegociación salarial antes de ingresar a la cosecha y vendimia 2020.

Tabla 6. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado (vitivinícola, comercial y turístico) durante los meses de 2019 (en miles de pesos).

	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19
Sector Vitivinícola	24	22	23	28	31	40	29	30	35	36	37	56
Sector Comercial	25	25	26	26	27	40	28	29	30	31	32	47
Sector Turístico	21	20	21	22	23	34	24	25	129	28	29	42

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial - MTEySS en base a SIPA.

Gráfico 5. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado (vitivinícola, comercial y turístico) durante los meses de 2019 (en miles de pesos).



Fuente: elaboración propia en base a datos del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial - MTEySS en base a SIPA.

Para dimensionar la importancia relativa que tiene cada uno de los sectores bajo análisis para la economía de la provincia de Salta se analiza la participación porcentual en la generación de valor agregado a partir de los datos del Producto Bruto Geográfico provincial. Se observa que, si bien el sector turístico representa solo el 2% del PBG, tiene una importante cantidad de empleos registrados y es de destacar que la mayoría de sus empleos se dan en microrregiones de la provincia donde dicho sector es de vital importancia para las economías de esas micro regiones, motivos por los que para la provincia de salta es de importancia estratégica. De los tres sectores bajo estudio, el comercial es el que tiene mayor participación dentro del PBG provincial. Así mismo podemos señalar que el sector vitivinícola es la columna vertebral de la

economía del valle calchaquí, siendo el principal generador de mano de obra registrada de esa micro región junto al sector turístico.

*Tabla 7. Estructura porcentual del valor agregado bruto a precios de 2004, según rama de actividad en la Provincia de Salta 2019.*

Rama de actividad	Valor agregado (en %)
Agricultura, ganadería, casa y silvicultura	14%
Comercio	15%
Turismo	2%

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Estadísticas y Censo de la Provincia de Salta.

*Gráfico 6. Estructura porcentual del valor agregado bruto a precios de 2004, para los sectores en estudio en la Provincia de Salta 2019.*



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Estadísticas y Censo de la Provincia de Salta.

## 2. FORMACIÓN DEL OBSERVATORIO

### 2.1 Las variables económicas bajo análisis

A continuación, definimos teóricamente las variables que se analizarán en el observatorio, así como también cada uno de los sectores económicos elegidos para esta primera etapa de observación pos covid19 en la provincia de Salta.

- **Tasa de empleo:** la misma se calcula como el porcentaje entre la población ocupada y la población total, considerando que la población ocupada son todas las personas que tengan cierta edad especificada y que durante un período de referencia (una semana) hayan trabajado al menos una hora. Se incluye a: a) las personas que durante el período de referencia realizaron algún trabajo de al menos una hora, hayan recibido pago (en dinero o en especie) o no por dicha actividad. b) las personas que tienen una ocupación pero que no estaban trabajando temporalmente durante el período de referencia y mantenían un vínculo formal con su empleo. Integran este grupo los ocupados que no trabajaron en la semana, por vacaciones, licencia por enfermedad u otros tipos de licencias, suspendidos con pago y ausentes por otras causas laborales (mal tiempo, averías mecánicas, escasez de materias primas, etc.) con límite de tiempo de retorno. Se incluyen también dentro de esta categoría de ocupados a las personas que tenían un negocio o empresa y no trabajaron por causas circunstanciales durante el período de referencia.

- **Índice de precios al consumidor:** mide la variación de precios de los bienes y servicios representativos del gasto de consumo de los hogares residentes en la zona seleccionada (Provincia de Salta) en comparación con los precios vigentes en el año base.

- **Nivel de ventas:** magnitud contable que agrega todos los ingresos que una empresa o unidad contable ha tenido, con motivo de su actividad ordinaria, en un periodo de tiempo determinado. Es decir, se calcula el total de productos y/o servicios vendidos por su precio correspondiente para cada sector bajo estudio, como ya señalamos, sector vitivinícola, sector comercio y turismo.

- **Altas y bajas PyMES:** hace referencia a las pequeñas y medianas empresas salteñas que se han constituido formalmente (altas) y aquellas que han cesado su actividad frente al organismo de recaudación correspondiente (bajas).

- **Recaudación tributaria:** ingresos que percibe el Estado a través de la Agencia Federal de Ingresos Públicos (AFIP) y la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta (DGR) por el ejercicio de actividad comercial de los diferentes agentes bajo análisis.

- **Nivel de producción:** se considera el porcentaje o cuantía que representan en la economía los tres sectores bajo estudio con respecto al producto bruto interno<sup>3</sup> de la provincia.

- **Índice de salarios:** estima la evolución de los salarios pagados en la economía salteña aislando el indicador de variaciones relacionadas con conceptos tales como la cantidad de horas trabajadas, descuentos por

---

<sup>3</sup> El Producto Interior Bruto (PIB) es el valor monetario de todos los bienes y servicios finales que se producen en el interior de un país durante un periodo de tiempo, independientemente del origen de los factores de producción empleados.

ausentismo, premios por productividad y todo otro concepto asociado al desempeño o a las características de los individuos concretos.

## **2.2 Los sectores en observación (pre pandemia)**

### **2.2.1 Sector turístico**

El turismo es una actividad de gran relevancia para el desarrollo económico de nuestra región, siendo generadora no solo de ingresos, sino también de empleo. En la actualidad, el privilegiado territorio de la provincia de Salta con su raigambre hispano indígena es portador de una cultura auténtica que la convierte actualmente en el Centro Turístico de Distribución de los flujos de visitantes más importante del Norte Argentino. Salta se caracteriza por su amplia heterogeneidad geográfica y climática, se expande desde los Andes y la Puna hasta el calor subtropical de la selvas y yungas, entre fértiles y frescos valles hasta montañas y ríos, dando lugar a que muchos de sus sitios turísticos, fueran declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en Junio de 2014.

En los últimos años la Provincia de Salta experimentó un importante crecimiento en cuanto a la demanda y a la oferta turística provincial. Asimismo, logró avanzar en el quiebre de la estacionalidad turística. Respecto a la demanda, Salta, por la diversidad de sus atractivos y por la variada planta turística recibe diferentes segmentos de mercado. Entre un 15 y un 20% de la demanda se compone de turismo extranjero. Es interesante observar cómo este segmento se fue diversificando a lo largo del tiempo y se incorporaron nuevos mercados, como es el caso de los países limítrofes. Lo mismo ocurre en el ámbito nacional, aunque los principales mercados emisores siguen siendo Ciudad y Provincia de Buenos Aires, Córdoba, Rosario y las provincias norteñas.

El turismo es una actividad que, para muchos destinos, es novedoso o se está retomando después de situaciones de inestabilidad (desastres naturales, crisis económicas, etc.). El turismo además es un sector altamente atractivo por sus características, ya que permite resguardar los recursos naturales y culturales de los destinos y asegurar ingresos de divisas extranjeras altamente necesitadas últimamente. Por estas razones, actualmente, muchos Municipios de Salta se encuentran en la búsqueda de estrategias de desarrollo para que el turismo en sus pueblos se planifique y crezca de manera sostenible.

*Tabla 8. Tasa Neta de Ocupación Anual por región (2019).*

Lugar geográfico	Año 2019
------------------	----------

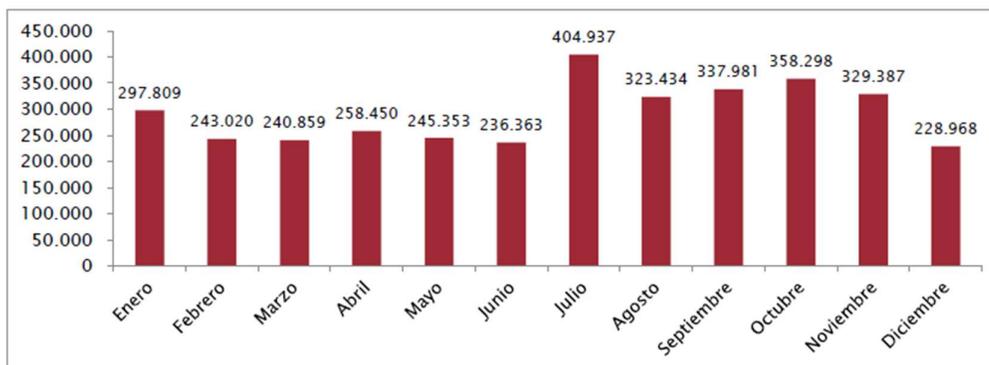
Capital	56 %
Alrededores	28 %
Principales Destinos	42 %
Resto de la Provincia	34 %
Tasa Nominal Ocupación Provincial	49 %
Tasa Nominal Ocupación Turística*	52 %

(\*) Turística incluye Capital, Alrededores y Principales Destinos.

Fuente: Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes de la provincia de Salta

La tabla anterior (Tabla 8) resume los últimos datos existentes de ocupación turística previos a la irrupción de la pandemia de COVID19 en el territorio salteño y nos muestra las preferencias turísticas del turismo en la provincia durante el período mencionado.

Gráfico 7. Pernoctaciones en la provincia de Salta en cantidades mensuales.



Fuente: Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes de la provincia de Salta.

El éxito del turismo en la provincia de Salta se venía verificando hasta la última temporada pre pandemia en el crecimiento sostenido de entre 5 y 10 puntos porcentuales año tras año de la cantidad de arribos que venía recibiendo la provincia y lo podemos reflejar en las siguientes estadísticas. Se registraron durante 2019, 3,5 millones de pernoctes, asimismo arribaron a la provincia 1.76 millones de turistas, movilizandoo aproximadamente 30.000 puestos de trabajo directos e indirectos en todo el sector. El gasto del sector turístico representó para la economía provincial 3.380 millones de pesos, se movilizaron 858.740 pasajes aéreos y terminó de posicionar a la provincia como el cuarto destino del país en cuanto al turismo de reuniones, congresos y seminarios. En capítulos

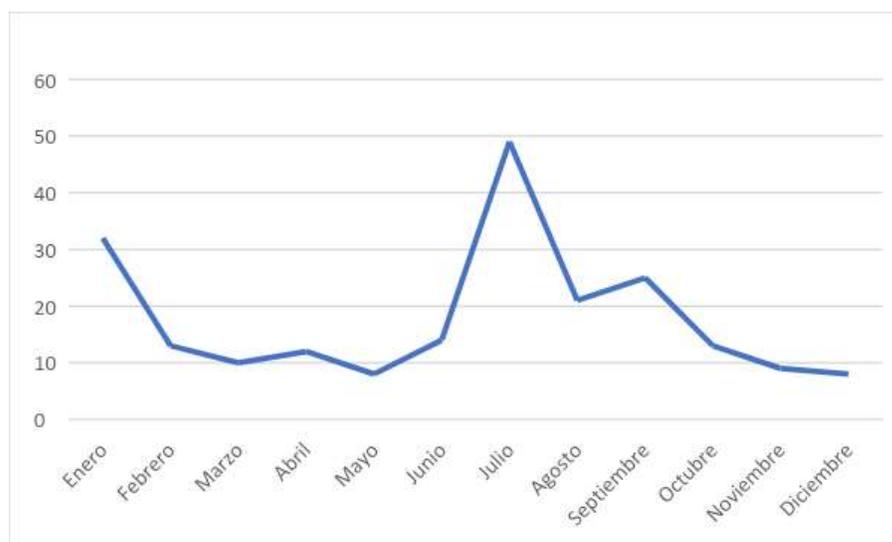
posteriores del informe indagaremos sobre la situación actual del sector luego del surgimiento del virus COVID19.

*Tabla 9. Ocupación hotelera en Salta durante los meses de 2019.*

<b>Mes</b>	<b>Hoteles con más del 50% de ocupación</b>	<b>Hoteles con menos del 50% de ocupación</b>
Enero	32	52
Febrero	13	71
Marzo	10	74
Abril	12	72
Mayo	8	76
Junio	14	70
Julio	49	35
Agosto	21	63
Septiembre	25	59
Octubre	13	71
Noviembre	9	75
Diciembre	8	76

Fuente: elaboración propia en base a datos de la encuesta hotelera realizada por la Dirección General de Estadísticas y Censo de la Provincia de Salta.

Gráfico 8. Cantidad de hoteles que poseen más del 50% de ocupación. Año 2019.



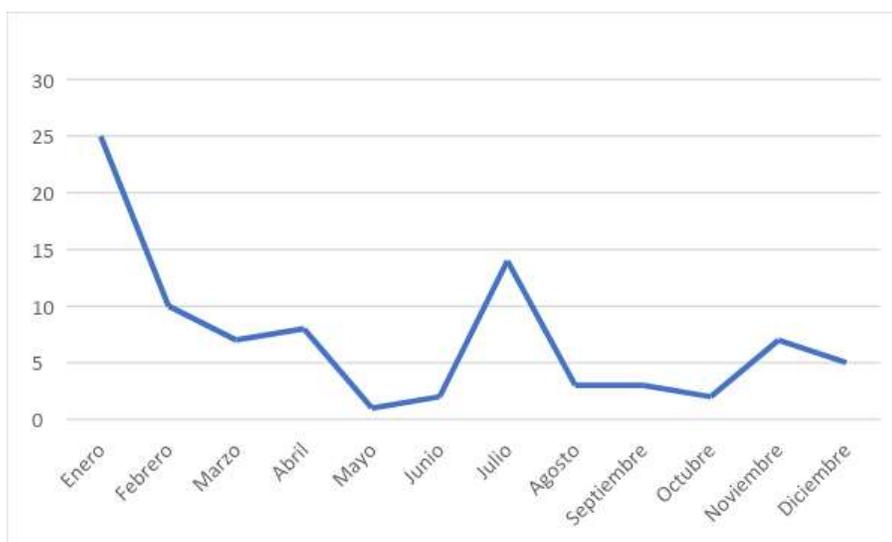
Fuente: elaboración propia en base a datos de la encuesta hotelera realizada por la Dirección General de Estadísticas y Censo de la Provincia de Salta.

Tabla 10. Ocupación hotelera en Cafayate durante los meses de 2019.

Mes	Hoteles con más del 50% de ocupación	Hoteles con menos del 50% de ocupación
Enero	25	7
Febrero	10	22
Marzo	7	25
Abril	8	24
Mayo	1	31
Junio	2	30
Julio	14	18
Agosto	3	29
Septiembre	3	29
Octubre	2	30
Noviembre	7	25
Diciembre	5	27

Fuente: elaboración propia en base a datos de la encuesta hotelera realizada por la Dirección General de Estadísticas y Censo de la Provincia de Salta.

Gráfico 9. Cantidad de hoteles que poseen más del 50% de ocupación. Año 2019.



Fuente: elaboración propia en base a datos de la encuesta hotelera realizada por la Dirección General de Estadísticas y Censo de la Provincia de Salta.

### 2.2.2 Sector vitivinícola

El sector vitivinícola en Salta se fue transformando en un pilar importante de la economía provincial y un motor fundamental para el desarrollo regional de los Valles Calchaquíes, puesto que dicha actividad se desarrolla casi en su totalidad en dicha región de la provincia. Los Valles Calchaquíes situados en la región andina del oeste Salteño a más de 2.200 metros de altura sobre el nivel del mar, configuran una de las zonas vitivinícolas más altas del planeta. Lidera las plantaciones de vid el Departamento Cafayate con el 75.12% de la superficie; le siguen en orden de importancia San Carlos (17.77%), Molinos (4.28%), Cachi (2.66%) y La Viña (0.17%).

Tabla 11. Mercado interno de Vinos de Salta. Volumen de venta por color en hectolitros. Comparativo 2018-2019.

Mes	BLANCO			COLOR			TOTAL		
	2018	2019	Var% 19/18	2018	2019	Var% 19/18	2018	2019	Var% 19/18
Enero	2.586	3.581	38,5	4.345	2.363	-45,6	6.930	5.943	-14,2
Febrero	4.280	6.006	40,3	4.693	8.692	85,2	8.973	14.697	63,8
Marzo	12.269	6.230	-49,2	5.601	8.945	59,7	17.870	15.174	-15,1
Abril	10.758	6.702	-37,7	7.077	6.256	-11,6	17.835	12.958	-27,3
Mayo	6.204	5.547	-10,6	8.204	5.145	-37,3	14.408	10.692	-25,8
Junio	3.683	5.139	39,5	8.452	5.817	-31,2	12.135	10.956	-9,7
Julio	7.032	6.868	-2,3	6.810	6.733	-1,1	13.842	13.600	-1,7
Agosto	7.559	5.341	-29,3	8.555	8.103	-5,3	16.114	13.444	-16,6
Septiembre	7.877	8.429	7,0	11.520	5.243	-54,5	19.397	13.672	-29,5
Octubre	7.568	6.920	-8,6	8.419	5.653	-32,9	15.987	12.573	-21,4
Noviembre	5.917	6.470	9,3	7.754	6.089	-21,5	13.672	12.559	-8,1
Diciembre	7.503	8.956	19,4	11.257	5.199	-53,8	18.759	14.156	-24,5
<b>Total a DICIEMBRE</b>	<b>83.236</b>	<b>76.187</b>	<b>-8,5</b>	<b>92.686</b>	<b>74.237</b>	<b>-19,9</b>	<b>175.923</b>	<b>150.424</b>	<b>-14,5</b>

Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV).

Más de la mitad de las hectáreas de vid en Salta están implantadas con variedades tintas y se destacan entre ellas el Cabernet Sauvignon, Malbec, Tannat, Syrah y Bonarda entre otras. Sin embargo, todas las bodegas de la región cuentan con su vino insignia, el Torrontés, y aunque la participación de los salteños en la producción nacional es del 1,3%, la presencia de los vinos del Valle Calchaquí se hace fuerte en el mercado de exportación.

A pesar de la caída en el mercado salteño en el último año (2019), en los últimos años la industria vitivinícola salteña ha experimentado un gran crecimiento y desarrollo, favoreciendo la elaboración de vinos de calidad, reconocidos en los mercados internacionales. Las principales bodegas de la región se encuentran localizadas en Cafayate, a 1.700 msnm., en Molinos a 2.500 msnm., alcanzando la altura máxima en Payogasta a 3.015 msnm.

Tabla 12. Mercado externo de vinos de la Provincia de Salta 2019. Distribución mensual en volumen y valor FOB.

Meses	Hectolitros	Miles de U\$S
Enero	4.486	2.221
Febrero	3.817	1.961
Marzo	3.509	1.807
Abril	3.100	1.874
Mayo	4.690	2.008
Junio	2.593	1.226

Julio	4.205	1.986
Agosto	6.819	3.362
Septiembre	2.381	1.308
Octubre	4.676	2.404
Noviembre	4.433	2.171
Diciembre	2.897	1.457
Totales	47.609	23.784

Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura

Dichas bodegas aprovechan las inmejorables condiciones agroecológicas propias del Valle, hoy convertido en un importante centro industrial de elaboración de vinos finos reconocidos mundialmente. El Departamento de Cafayate concentra la mayor producción y cuenta con diecinueve bodegas inscriptas en la Delegación del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), organismo del estado nacional que cuenta con una delegación provincial ubicada precisamente en la localidad de Cafayate. Asimismo, cabe mencionar que la Provincia de Salta, a través de sus legisladores nacionales, promueve el establecimiento en el ámbito nacional de la denominación de origen.

Las exportaciones vienen manteniendo un crecimiento sostenido en USD hasta el último año (2019), siendo los principales destinos de las exportaciones de vinos fraccionados: Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Países Bajos, Brasil, Irlanda, Colombia, China, Dinamarca y Suecia, entre otros.

Como ya venimos mencionando, en los próximos capítulos abordaremos las comparaciones de dicho sector en la situación pre pandemia que venimos describiendo y los datos y diferentes situaciones que nos está dejando la pos pandemia de covid19. A modo de anticipo podemos señalar que durante la cuarentena, en el país se registró un crecimiento en los índices de consumo de vino sin precedentes en los últimos siete años. Según un informe del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), solo la demanda del mercado interno creció casi 22% en julio respecto del mismo mes del año pasado. Se estima que se alcanzaron a vender 98 millones de litros. El presidente del INV, Martín Hinojosa, expresó sobre la situación actual: “La pandemia nos mostró una performance comercial que no esperábamos”<sup>4</sup>. Según explicó la tendencia era totalmente la contraria, “en los últimos cuatro años el nivel de consumo de vino venía bajando permanentemente”. El aumento se registró en el mercado interno, pero también en las exportaciones, siendo en la actualidad Argentina el 5° productor de vinos

<sup>4</sup> <https://www.dossierweb.com.ar/salta-exporta-vinos-a-casi-el-doble-del-precio-del-resto-de-las-bodegas-argentina/>

en el mundo y hasta antes de la pandemia era el 11° exportador. Hoy ocupa el 6° lugar en el ranking de países exportadores de vino, “hemos avanzado cinco lugares. Solamente dos países en el mundo han crecido, nosotros e Italia” en palabras de Martín Hinojosa. Dicha situación también se verifica en la provincia de Salta y analizaremos los datos con el avance del trabajo en el observatorio.

Según Martín Hinojosa presidente del INV, la provincia exporta vinos a casi el doble del precio promedio de las bodegas argentinas. Mientras que el mercado internacional adquiere los vinos nacionales a 2.80 o 3.50 dólares, la comercialización de los vinos salteños puede superar los 5 dólares. Siempre haciendo referencia a los vinos de botella y cabe aclarar que, del total de los vinos exportados desde Salta, el 98% son en botella. “Eso quiere decir que Salta exporta mucho valor agregado”, en palabras de Hinojosa.

### **2.2.3 Sector comercial**

De igual forma que venimos haciendo con los dos sectores anteriores, turismo y vitivinícola, aquí realizaremos una introducción de la situación del comercio en su conjunto en cuanto a la situación anterior a la llegada de las medidas de restricción por la situación sanitaria de COVID19. Es importante destacar que en la provincia de Salta el comercio representa el 15% aproximadamente en la estructura porcentual del valor agregado bruto provincial, tal como fue expuesto en gráficos del capítulo anterior.

A priori podemos adelantar que el sector comercial al igual que el sector turístico fueron de los sectores que se vieron fuertemente afectados por las medidas sanitarias en nuestra provincia, más aún aquellos locales comerciales que se encuentran en proximidad al radio centro y macrocentro de la ciudad de Salta, donde las medidas establecieron fuertes restricciones de circulación social y los controles de cumplimiento fueron más estrictos. A su vez el sector comercial en Salta viene atravesando una difícil situación desde 2019 cuando a finales del año se venía registrando un número importante de bajas de establecimientos y caídas de volúmenes de ventas, dato que analizaremos a continuación.

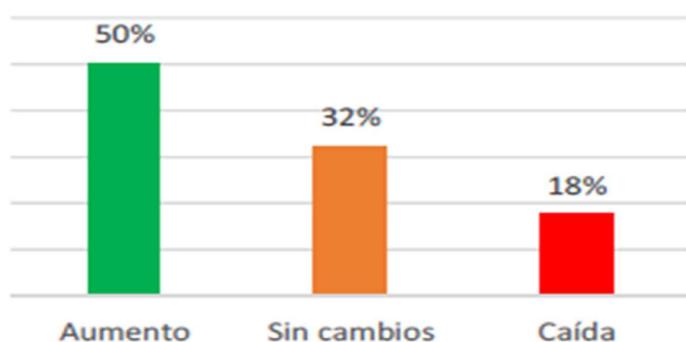
#### **Ventas Minoristas**

En cuanto a ventas minoristas en el segundo semestre de 2019 se ha observado un recupero de las ventas reales, aunque más leve que las mejoras marcadas en las tendencias de los últimos dos meses. Igualmente, las mismas siguen por debajo de la dinámica de los mismos meses del año pasado. Este menor dinamismo probablemente se asocie al marcado efecto sobre las expectativas de las elecciones primarias abiertas, simultáneas y obligatorias (PASO), que han enfriado la economía transitoriamente en las últimas semanas anteriores a la elección. Por su parte, las ventas nominales (medidas en pesos) han mostrado una baja, lo que se debe principalmente a la desaceleración de la

inflación de los últimos meses acompañado del menor dinamismo de las ventas en unidades físicas.

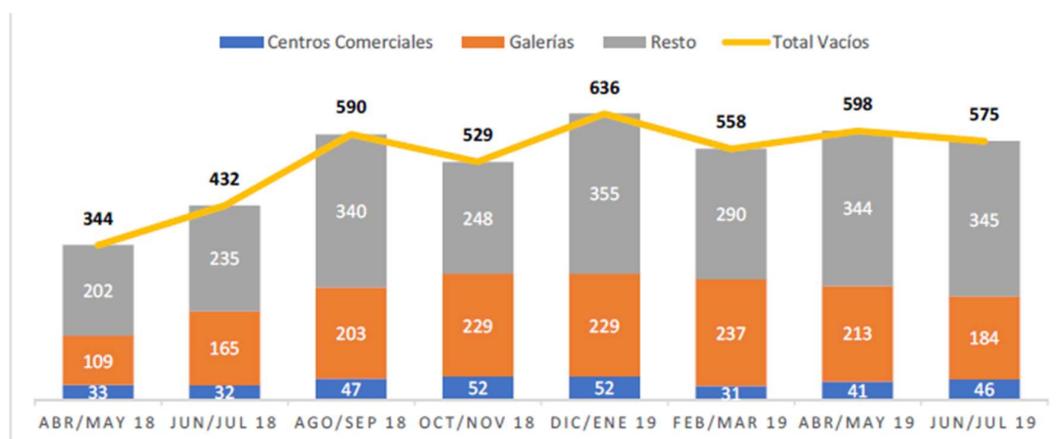
En cuanto a las expectativas futuras del comercio en Salta, como se puede ver en el gráfico siguiente (Gráfico 10), del relevamiento realizado por la Cámara del Comercio y la Industria de Salta (CCI) indica que la mitad de los comercios espera que las ventas mejoren durante el año 2020, y un tercio que al menos se mantengan (32%) en los próximos meses, un 18% se mostraba pesimista y pese a que el escenario se percibía como desfavorable para invertir, un 41% de los comercios planeaba ampliar su stock, y un 31% proyectaba alguna inversión.

Gráfico 10. Expectativas de ventas de comercios minoristas para el cierre de 2019.



Fuente: Cámara de Comercio de la Provincia de Salta

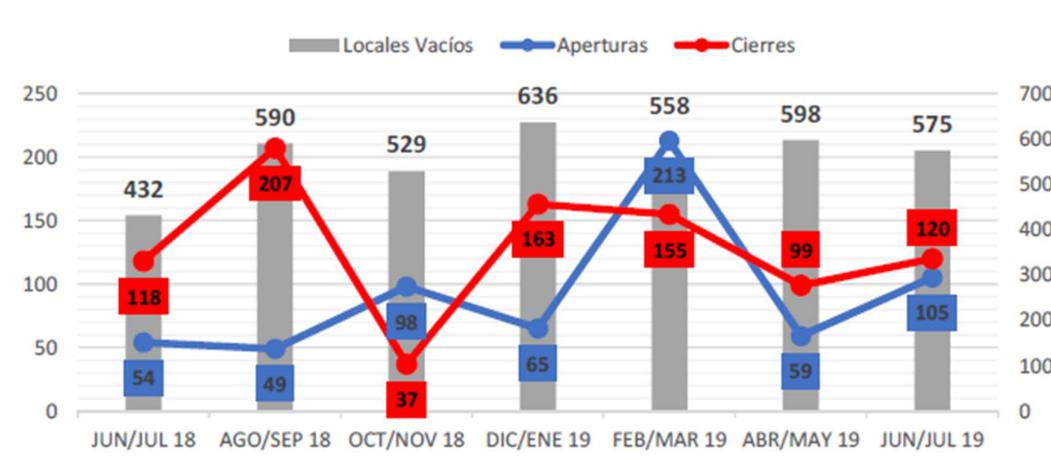
Gráfico 11. Dinámica de locales comerciales vacíos Pre Pandemia (abril 2018/julio 2019)



Fuente: Cámara del Comercio y la Industria de la Provincia de Salta

Gráfico 12. Dinámica bimestral de aperturas y cierres de locales comerciales (junio 2018/ julio 2019).

Gráfico 12. Dinámica bimestral de aperturas y cierres de locales comerciales (junio 2018/ julio 2019).



Fuente: Cámara del Comercio y la Industria de la Provincia de Salta

Finalmente, y para cerrar la caracterización pre pandemia del sector comercial en Salta, podemos decir que en el bimestre junio/julio 2019 se vio una disminución del 4% en la cantidad de locales vacíos, pese a esto la dinámica evidencia un mayor número de cierres de locales que de aperturas de locales.

### Ventas en supermercados

En las siguientes tablas y gráficos se mide la evolución de las ventas a los consumidores finales a través de ambos canales de comercialización. Incluye las ventas totales realizadas dentro del salón comercial y por canales *online* (ventas por internet).

Tabla 13. Ventas totales en Salta a precios corrientes por grupo de artículos, en miles de pesos, meses 2019.

Mes	Total	Bebidas	Almacén	Panadería	Lácteos	Carnes	Verdulería y frutería	Alimentos preparados y rotisería	Artículos de limpieza y perfumería	Indument, calzado y textiles para el hogar	Electrónicos y artículos para el hogar	Otros
Enero	<b>815.127</b>	105.038	203.573	17.198	61.650	120.055	12.723	6.313	155.523	17.260	40.294	75.499
Febrero	<b>783.030</b>	104.989	200.371	16.938	59.995	127.128	12.754	6.227	142.836	15.608	31.559	64.625
Marzo	<b>924.754</b>	111.045	244.302	20.010	69.845	158.066	13.808	7.159	166.756	18.227	46.138	69.396
Abril	<b>911.853</b>	104.064	261.572	19.954	68.409	156.296	13.008	6.638	156.657	16.654	42.661	65.939
Mayo	<b>916.495</b>	99.474	256.761	20.017	71.421	147.686	12.105	6.607	159.297	23.596	52.466	67.064
Junio	<b>968.282</b>	111.940	265.488	21.331	73.903	156.987	12.336	7.229	166.335	26.452	55.300	70.982
Julio	<b>1.017.119</b>	122.151	285.483	22.617	78.397	163.220	13.165	7.425	166.890	21.345	61.349	75.076
Agosto	<b>1.079.794</b>	125.809	301.108	22.536	87.079	167.752	14.431	7.412	181.534	16.736	61.888	93.509
Septiembre	<b>1.064.486</b>	131.069	294.774	22.095	86.868	166.006	14.258	7.312	193.975	18.132	56.960	73.038
Octubre	<b>1.292.652</b>	161.568	320.119	24.214	95.597	178.582	15.333	8.170	223.113	24.756	146.442	94.758
Noviembre	<b>1.372.340</b>	197.470	317.840	22.589	97.009	174.274	16.689	8.560	229.473	26.249	160.011	122.176
Diciembre	<b>1.579.704</b>	279.323	398.029	28.379	102.390	231.440	21.668	10.483	239.771	28.928	98.180	141.112

Fuente: INDEC.

Tabla 14. Promedio de ventas totales en Salta a precios corrientes por grupo de artículos, en miles de pesos, año 2019.

Año	Total	Bebidas	Almacén	Panadería	Lácteos	Carnes	Verdulería y frutería	Alimentos preparados y rotisería	Artículos de limpieza y perfumería	Indumentaria, calzado y textiles para el hogar	Electrónicos y artículos para el hogar	Otros
2019	1.060.469,57	137.828,52	279.118,50	21.489,92	79.380,42	162.290,96	14.356,40	7.461,28	181.846,74	21.161,79	71.103,95	84.431,08

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta a Supermercados (INDEC).

Gráfico 13. Promedio de ventas totales en Salta a precios corrientes por grupo de artículos, en miles de pesos, año 2019



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta a Supermercados (INDEC).

## 2.3 Relevancia de las PyME en Salta

En cuanto a los sectores en análisis la importancia del sector PyME es muy relevante, puesto que según datos que aportan las diferentes cámaras de los sectores en estudio (comercio, vitivinícola y turismo), las pequeñas y medianas empresas representan el noventa por ciento de las empresas totales de cada uno de los mismos. Sumado a esto, en la provincia de Salta las PyME son la principal fuente generadora de mano de obra y las que impulsan las economías de las micro regiones provinciales. Resulta necesario entonces destacar el concepto de PyME para comprender el análisis posterior que realizará el observatorio.

“PyME es aquella micro, pequeña o mediana empresa que realiza sus actividades en el país, en alguno de los sectores: comercial, servicios, comercio, industria, minería o agropecuario. Puede estar integrada por varias personas según la actividad y sus ventas totales anuales en pesos no pueden superar los montos establecidos según su categoría” (AFIP, 2019).

A su vez el Ministerio de Producción de la Nación establece la categoría de las PyME de acuerdo a la actividad declarada y a los montos de las ventas totales anuales. Para las empresas que tengan como mínimo el 70% de sus ventas relacionadas con actividades de comisión o consignación, la categorización se establece según la cantidad de empleados.

Tabla 15. Categorización PyME según monto de facturación anual.

Actividad						
Categoría		Construcción	Servicios	Comercio	Industria Minería	Agropecuario
	Micro	\$7.400.000	\$5.800.000	\$19.800.000	\$16.800.000	\$4.800.000
	Pequeña	\$34.600.000	\$34.600.000	\$119.200.000	\$102.200.000	\$30.000.000
	Mediana (tramo 1)	\$289.000.000	\$289.000.000	\$1.001.800.000	\$829.900.000	\$228.900.000
	Mediana (tramo 2)	\$412.800.000	\$412.800.000	\$1.431.200.000	\$1.212.800.000	\$363.100.000

Fuente: AFIP

Tabla 16. Categorización PyME según cantidad de empleados.

Actividad						
Categoría		Construcción	Servicios	Comercio	Industria Minería	Agropecuario
	Micro		12	7	7	15

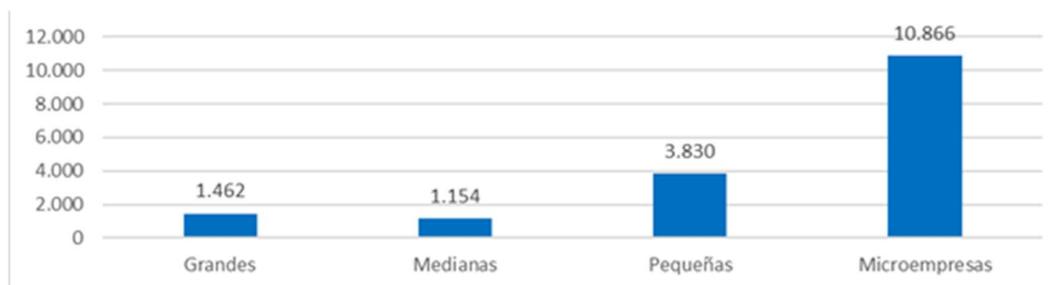
g o r i a	Pequeña	45	30	35	60	10
	Mediana (tramo 1)	200	165	125	235	50
	Mediana (tramo 2)	590	535	345	655	215

Fuente: AFIP

Las PyME de nuestra provincia, aún antes de la aparición de la pandemia de COVID19, ya se encontraban en una situación de dificultades económicas, lo cual se vio profundizado luego por la situación de emergencia sanitaria. Según manifestó Solana López Fleming, presidente de la Cámara Pyme de Salta, las pequeñas y medianas empresas atraviesan una situación que se denomina “modo subsistencia”, debido a que únicamente logran cubrir sus costos y en algunos casos ni siquiera la totalidad de los mismos (Informe CCI 2019). En efecto, la situación sanitaria ha impuesto serias dificultades a la economía provincial y principalmente a gran parte del sector PyME, que, a su vez, es un sector vital para motorizar el nivel de empleo privado de la provincia.

Como puede observarse en el gráfico siguiente (Gráfico 14), según los últimos datos (año 2017) de la DGEyC de la provincia, las empresas en actividad son 17.312 firmas, representando el 1,7% del total nacional. Desagregando este número en relación a los sectores económicos, el 52,8% de las mismas corresponden al sector Servicios, el 38,9% al sector Comercial y el restante 8,3% al sector Industrial. Asimismo, según un relevamiento realizado por la Cámara de Pequeñas y Medianas Empresas de la provincia de Salta, al cierre del año 2019 la provincia registraba aproximadamente 14500 empresas PyME, ya que surge de las estimaciones que cerraron el 15% de las mismas durante todo el año anterior, lo que representó la baja de 2100 empresas de dicho sector al cierre del año.

Gráfico 14. Cantidad de empresas por tamaño (al cierre del año 2017)



Fuente: DGEyC Salta

En este sentido, se hace necesario e importante indagar la situación de cada sector en particular, debido a que la situación de restricciones sanitarias no afectó a todas las PyME de igual forma y que, además, el gobierno de la provincia

y el gobierno nacional fueron estableciendo medidas económicas para sostener a las PyME ante las restricciones de circulación impuestas. Estas cuestiones serán abordadas en el observatorio en los próximos informes, al profundizar en el análisis de datos en la situación pos pandemia.

## **2.4 Análisis de variables pos COVID 19 en Salta**

En el presente apartado abordaremos el análisis de datos económicos durante el año 2020 de las variables y sectores en estudio, lo cual nos introducirá al análisis de datos pos pandemia. En la provincia de Salta el efecto de las restricciones sanitarias se evidenciará a partir del segundo trimestre del año 2020. En tal sentido, analizaremos si los indicadores económicos a partir del segundo trimestre del año 2020 dan cuenta de la caída de la actividad económica y cuál es la magnitud del efecto de la pandemia en los sectores analizados de la economía provincial durante el 2020.

Para ello, trabajamos en la homogeneización de los datos abordados, ya que no todos los organismos provinciales han culminado la sistematización de los datos del año 2020, puesto que las oficinas del estado provincial tuvieron algunos meses de inactividad y muchas dependencias aún se encuentran con guardias mínimas en diferentes sectores, siendo afectados por una baja importante de personal en edad de riesgo y con prevalencias de enfermedades. La información que al cierre de este informe no se logró incorporar, se introducirá en el próximo informe para lograr el mayor nivel de uniformidad de datos para una adecuada comparabilidad de estos.

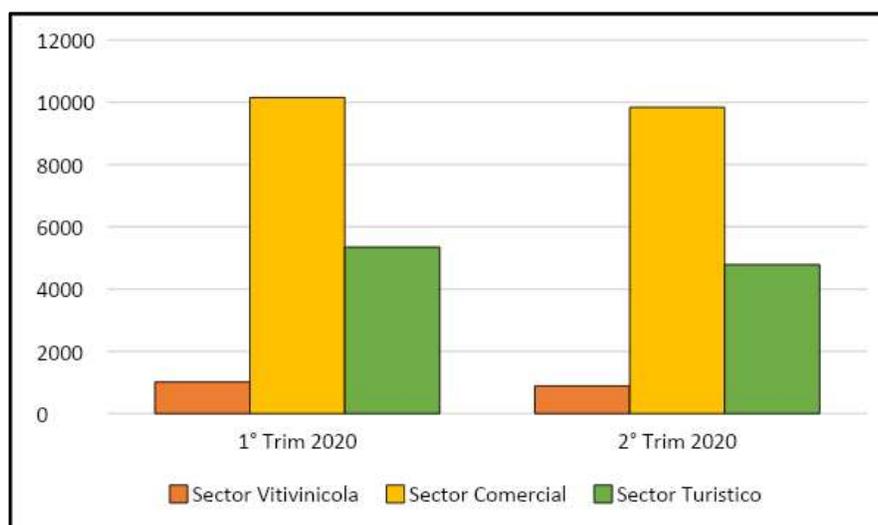
Con respecto al **nivel de empleo**, tal como señalamos anteriormente, se toma como referencia la tasa de empleo calculada como porcentaje entre la población ocupada y la población total. En la siguiente tabla (Tabla 17) se muestra la cantidad total de empleados registrados para los dos primeros trimestres del año 2020, al cierre de este informe aún no se han publicado los datos correspondientes a los últimos dos trimestres del año 2020, los mismos serán incorporados en el próximo informe.

*Tabla 17. Nivel de empleo de los sectores vitivinícola, comercial y turístico durante los dos primeros trimestres de 2020.*

	1° Trim 2020	2° Trim 2020
Sector Vitivinícola	1014	889
Sector Comercial	10153	9838
Sector Turístico	5349	4787

Fuente: Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial - MTEySS en base a SIPA.

Gráfico 15. Asalariados registrados del sector privado (rubro: vitivinícola, comercial y turístico) durante primeros dos trimestres de 2020.



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial - MTEySS en base a SIPA.

En el gráfico de barras (Gráfico 15) se sigue observando la importancia relativa del sector comercial, por ser el que más asalariados nuclea de los tres sectores bajo estudio, el cual había culminado el año 2019 con una pequeña caída en la tasa de empleo. Con respecto al año 2020 es importante mencionar que la caída continuó acentuando la pendiente negativa, siendo la caída del 3,1% en el sector comercial para el segundo semestre de dicho año, respecto del primer semestre del mismo año. Cabe destacar, como ya señalamos anteriormente, que las restricciones de circulación comenzaron a operar a partir del segundo trimestre de 2020.

El sector vitivinícola sigue teniendo la menor tasa de empleo de los tres sectores bajo estudio, registrando una caída del 12,3% en la comparación del primer y segundo trimestre de 2020. Cabe señalar que se evidencia una caída mayor a la habitual para los períodos pos cosecha, ya que en el segundo trimestre se continúa con la recolección de las variedades de vid tardías y de las fincas de altura. Probablemente aquí se comienzan a reflejar las medidas sanitarias en la actividad económica de este sector, principalmente en la región de los valles calchaquíes, a pesar de que los trabajadores del sector vitivinícola sean incluidos como esenciales. Respecto al sector turístico, y comparado con el sector comercial, cuenta con niveles de empleo que representan la mitad de éste y claramente a partir del segundo trimestre del año 2020 se comienza a evidenciar el efecto del confinamiento, en comparación del primer y segundo semestre del año 2020 donde se registra una caída del 10,5%.

Como ya señalamos anteriormente, el **índice de precios al consumidor** nos permite medir la variación de precios de los bienes y servicios representativos del gasto de consumo de los hogares residentes en la provincia de Salta en comparación con los precios vigentes en el año base. En las siguientes tablas y gráficos se muestra la variación del índice de precios para el año 2020 en la provincia de Salta para los sectores bajo análisis.

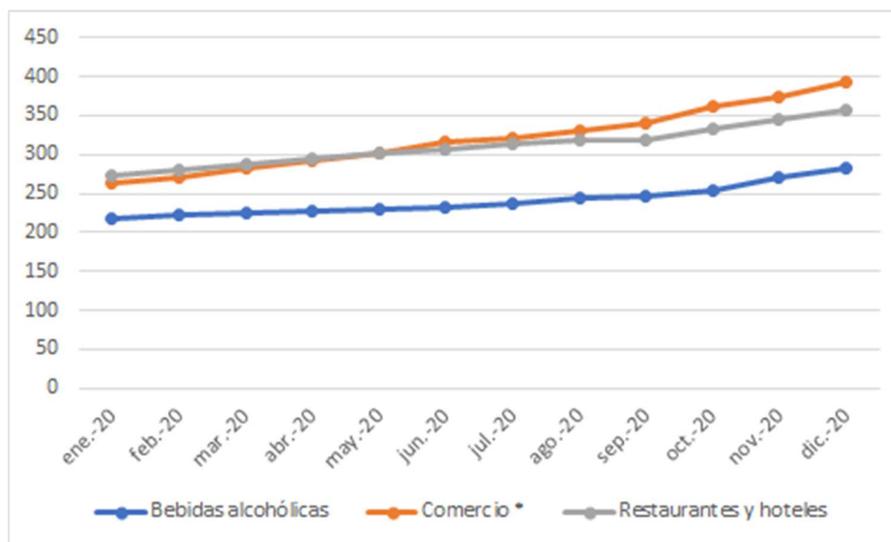
Tabla 18. Índice de precios al consumidor durante los meses de 2020 en la provincia de Salta.

	ene-20	feb-20	mar-20	abr.-20	may.-20	jun.-20	jul.-20	ago.-20	sep.-20	oct.-20	nov.-20	dic.-20
Bebidas alcohólicas	217,53	221,63	224,60	226,29	229,48	232,80	236,78	243,35	245,86	254,50	270,28	281,60
Comercio *	262,72	269,86	281,80	292,41	301,95	315,02	321,98	331,12	340,95	361,35	374,79	393,94
Restaurantes y hoteles	272,56	279,13	288,20	295,67	300,62	307,26	313,08	318,93	319,42	332,91	344,74	356,63

(\*) Incluye "alimentos y bebidas no alcohólicas" y "prendas de vestir y calzado".

Fuente: elaboración propia en base a los datos del IPC publicado por INDEC.

Gráfico 16. Índice de precios al consumidor durante los meses de 2020 en la provincia de Salta.



(\*) Incluye "alimentos y bebidas no alcohólicas" y "prendas de vestir y calzado".

Fuente: elaboración propia en base a los datos del IPC publicado por INDEC.

En el gráfico 16 se puede observar como las curvas de los tres sectores muestran un cambio de pendiente a partir de los meses de agosto-septiembre de 2020. De este modo, se grafica la aceleración de los precios de venta de los bienes y servicios comercializados por dichos sectores en nuestra provincia, destacándose un incremento mayor en la curva del sector comercial, apalancada por el aumento de los alimentos y bebidas que traccionaron el índice de precios

para el sector comercial al alza a partir de los meses mencionados; todo ello a pesar de que durante ese período operaban fuertes restricciones de circulación y cuidados sanitarios que limitaron la economía local.

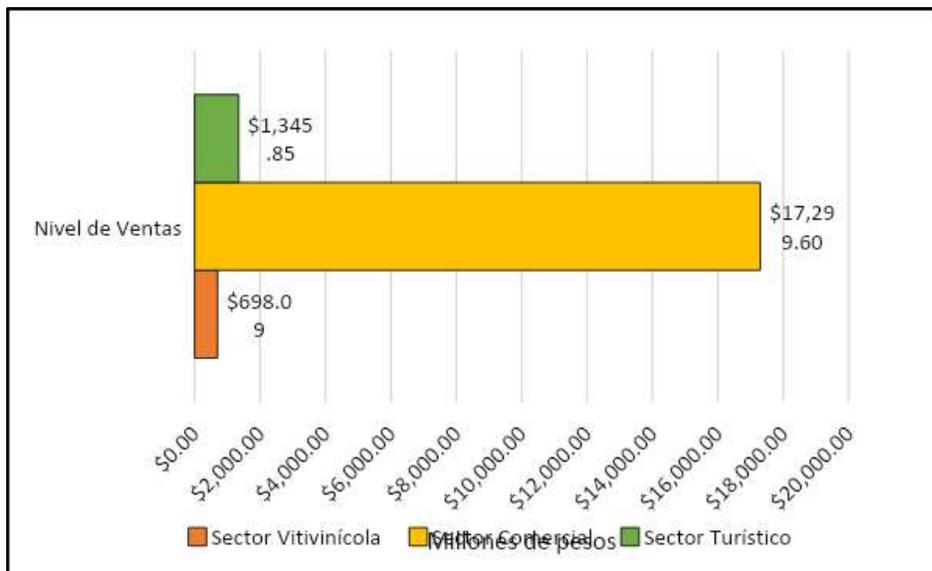
Por otro lado, el **nivel de ventas**, como ya se ha mencionado, permite dimensionar los ingresos que una empresa o unidad contable ha tenido con motivo de su actividad ordinaria, en un período de tiempo determinado. Es decir, se calcula el total de productos y/o servicios vendidos por su precio correspondiente para cada sector bajo estudio (vitivinícola, comercial y turístico). A continuación, se muestra en tabla y gráfico los niveles de venta para el año 2020.

Tabla 19. Niveles de venta de los sectores vitivinícola, comercial y turístico, primer semestre 2020 (en millones de pesos).

	Sector Vitivinícola	Sector Comercial	Sector Turístico
Nivel de Ventas	\$698,09	\$17.299,60	\$1.345,85

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta.

Gráfico 17. Niveles de venta de los sectores vitivinícola, comercial y turístico, primer semestre 2020 (en millones de pesos).



Fuente: elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta.

En el gráfico observamos que, al igual que en años anteriores, el sector comercial fue durante el primer semestre de 2020 el sector con mayor importancia en cuanto a volumen vendido de los tres sectores bajo estudio. Se puede agregar al análisis que el sector comercial en general se vio menos afectado que el sector

turístico por las restricciones establecidas en la provincia, ya que, por ejemplo, los comercios de grandes superficies permanecieron activos desde el inicio de la pandemia en nuestra provincia, no así los pequeños y medianos comercios del micro y macrocentro que fueron los más golpeados dentro del sector comercial. Como se mencionó al inicio de este trabajo, la variable **recaudación tributaria** da cuenta de los ingresos por concepto de impuesto a las actividades económicas que percibe el Estado provincial a través de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta (DGR) por el ejercicio de actividad comercial de los diferentes agentes bajo análisis. Más abajo observamos la recaudación tributaria por sector para el primer semestre de 2020.

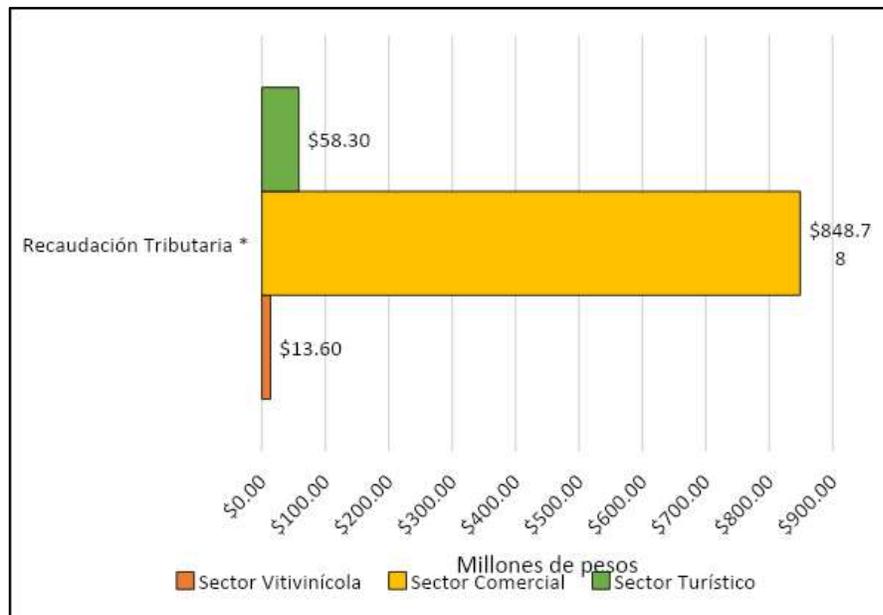
Tabla 20. Recaudación tributaria de los sectores vitivinícola, comercial y turístico, primer semestre 2020 (en millones de pesos).

	Sector Vitivinícola	Sector Comercial	Sector Turístico
Recaudación Tributaria *	\$13,60	\$848,78	\$58,30

(\*) Incluye contribuyentes Jurisdiccionales y los comprendidos en Convenio Multilateral.

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta.

Gráfico 18. Recaudación tributaria de los sectores vitivinícola, comercial y turístico, primer semestre 2020 (en millones de pesos).



(\*) Incluye contribuyentes Jurisdiccionales y los comprendidos en Convenio Multilateral.

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta.

En el gráfico 18 observamos que tomó mayor relevancia aún el tamaño del sector comercial en cuanto al aporte tributario respecto al resto de los sectores y,

en paralelo, con lo analizado para los niveles de venta se evidencia que dicho sector no sintió de igual manera el impacto de las restricciones sanitarias que el resto de las actividades económicas de la provincia. El sector comercial se vio traccionado durante el período de restricciones de movilidad por las ventas *on line* y las ventas de comercios de grandes superficies, como supermercados y shoppings. De igual manera, más adelante realizaremos el análisis comparativo con respecto al año 2019 para poder profundizar en este sentido.

A su vez, a partir del análisis de la variable **remuneración promedio de los trabajadores registrados** del sector privado para cada uno de los sectores en estudio (Tabla 21 y Gráfico 19) encontramos que, fundamentalmente el sector turístico no logró recomponer las remuneraciones y se amplía la brecha salarial con el resto de los sectores bajo estudio, situación que se podrá observar más adelante mediante las comparaciones interanuales. En cuanto al sector vitivinícola, luego de las recomposiciones salariales poscosecha, se muestra que en el mes de septiembre de 2020 el promedio salarial de dicho sector era de 43.000 pesos, quedando por encima del promedio del sector comercial.

Tabla 21. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado (vitivinícola, comercial y turístico) según rama de actividad durante los meses de 2020, en miles de pesos.

	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20
Sector Vitivinícola	34	37	36	34	41	57	40	42	43
Sector Comercial	35	37	37	37	38	57	39	40	39
Sector Turístico	29	30	30	25	26	39	28	27	28

Fuente: elaboración propia en base a datos del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial - MTEySS en base a SIPA.

Gráfico 19. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado (vitivinícola, comercial y turístico) según rama de actividad durante los meses de 2020, en miles de pesos.



Fuente: elaboración propia en base a datos del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial - MTEySS en base a SIPA.

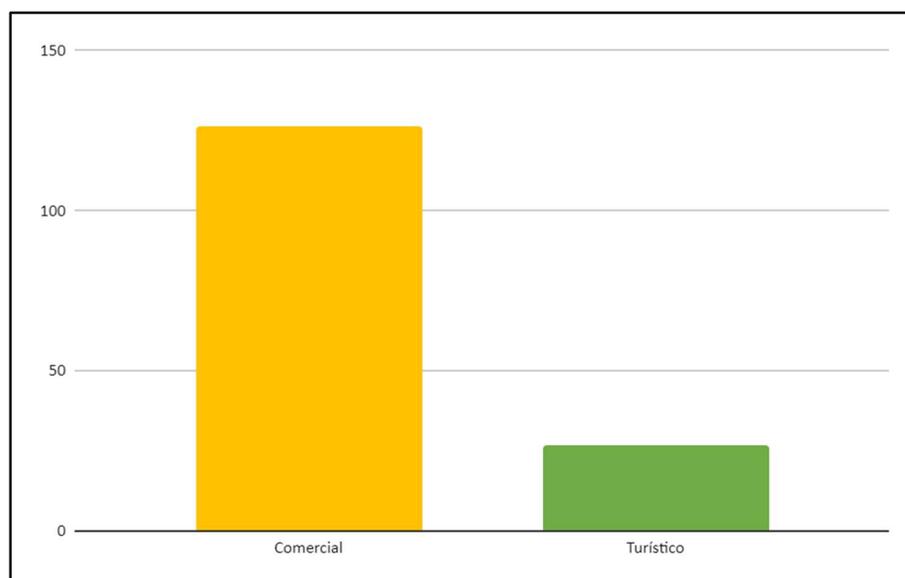
Otro indicador importante para la observación de la actividad económica pos pandemia en la provincia es el número de bajas de contribuyentes registrados en el padrón general de la Dirección General de Rentas de la Provincia. Los contribuyentes, sean estos personas físicas o jurídicas, que solicitan la baja en cada sector, genera una imposibilidad de recuperación aún mayor para la actividad económica provincial, siendo evidente que dichos agentes económicos deberán reiniciar todo el proceso de gestión económica nuevamente para retomar en alguna actividad económica registrada, generando esto aún mayores dificultades que las que enfrentan actualmente los contribuyentes que pueden atravesar la crisis sin llegar a una situación terminal.

Tabla 22. Bajas a contribuyentes locales enero 2020 a julio 2020 (según CUIT).

Rubro	Cantidad de bajas
Comercial	126
Turístico	27
Total	153

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta

Gráfico 20. Bajas a contribuyentes locales enero 2020 a julio 2020 (según CUIT).



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta

En el gráfico anterior (Gráfico 20) vemos que el sector comercial presentó una cantidad importante de bajas comerciales para los primeros siete meses del año 2020, y para profundizar en el análisis podemos decir que la mayor parte de dichas bajas corresponden a pequeños comercios del macro y micro centro de la

capital salteña, con muy poca afectación en los comercios de grandes superficies. En este sentido, más adelante aportamos datos sobre la dinámica comercial que realiza la Cámara del comercio de Salta.

## **2.5 Sectores en observación (pos COVID19)**

Para continuar con la línea de análisis realizada en la primera etapa de este informe, nos proponemos en este punto poder señalar algunos datos sistematizados que resultan relevantes para cada uno de los sectores en estudio y que pueden agregar información sensible para el análisis post pandemia de dichos sectores que van más allá del análisis particular de las variables que venimos compartiendo.

Para ello, en las siguientes tablas y gráficos se mide la evolución de las ventas a los consumidores finales a través de ambos canales de comercialización (salón comercial y *on line*). Incluye las ventas totales realizadas dentro del salón comercial y por canales *on line* (ventas por internet), durante el año 2020, hasta el mes de octubre inclusive.

Tabla 23. Encuesta de supermercados. Ventas totales en Salta a precios corrientes por grupo de artículos, en miles de pesos. Año 2020.

Mes	Total	Bebidas	Almacén	Panadería	Lácteos	Carnes	Verdulería y frutería	Alimentos preparados y rotisería	Artículos de limpieza y perfumería	Indumentaria, calzado y textiles para el hogar	Electrónicos y artículos para el hogar	Otros
Enero*	<b>1,250,257</b>	161,094	306,106	24,526	92,668	185,464	19,352	8,765	243,050	23,741	70,573	114,918
Febrero*	<b>1,309,240</b>	170,950	356,245	25,735	111,987	202,065	21,295	9,655	217,547	26,132	61,663	105,967
Marzo*	<b>1,586,264</b>	150,387	508,188	27,285	142,983	226,700	25,028	7,483	299,577	15,972	84,074	98,588
Abril*	<b>1,448,957</b>	148,496	454,861	23,924	126,204	206,685	22,587	4,591	230,665	26,036	119,428	85,479
Mayo*	<b>1,479,525</b>	163,667	409,390	24,092	119,261	200,266	20,180	5,429	230,609	56,866	142,888	106,877
Junio*	<b>1,496,112</b>	181,514	412,470	24,866	117,500	199,315	19,081	6,242	231,125	61,596	127,778	114,625
Julio*	<b>1,445,912</b>	180,846	404,054	22,775	115,039	187,276	17,399	5,473	225,473	40,013	133,329	114,234
Agosto*	<b>1,403,852</b>	187,784	388,086	21,981	115,444	181,999	17,364	5,084	228,853	25,019	107,422	124,816
Septiembre*	<b>1,330,253</b>	176,890	389,398	19,604	116,910	169,958	17,753	4,328	233,568	24,064	89,088	88,692
Octubre*	<b>1,648,874</b>	271,578	401,971	21,465	122,959	191,076	21,267	5,557	255,524	38,949	193,864	124,664

(\*) Valores provisorios.

Fuente: INDEC

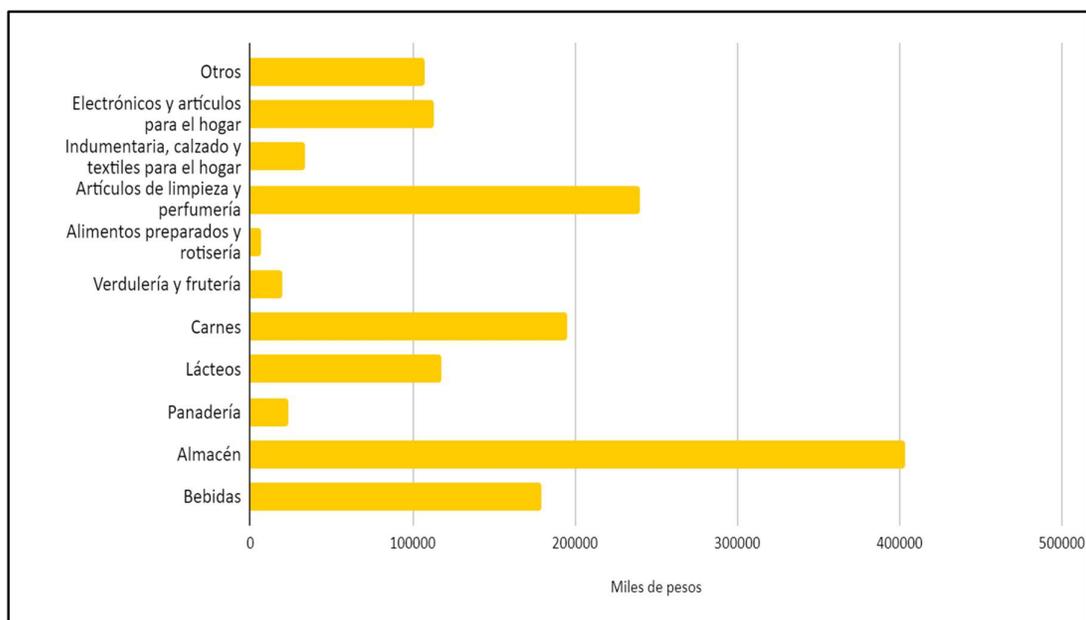
Tabla 24. Promedio de ventas totales en Salta a precios corrientes por grupo de artículos, en miles de pesos, año 2020.

Año	Total	Bebidas	Almacén	Panadería	Lácteos	Carnes	Verdulería y frutería	Alimentos preparados y rotisería	Artículos de limpieza y perfumería	Indumentaria, calzado y textiles para el hogar	Electrónicos y artículos para el hogar	Otros
2020*	<b>1,439,924.59</b>	179,320.61	403,076.88	23,625.38	118,095.43	195,080.35	20,130.60	6,260.73	239,599.12	33,838.76	113,010.60	107,886.13

(\*) Valores provisorios.

Fuente: INDEC

Gráfico 21. Promedio de ventas corrientes en Salta, año 2020.



Fuente: INDEC

Respecto al **sector comercial** resulta relevante estudiar la **dinámica de los locales comerciales**. Como vemos en la siguiente tabla, durante los meses de restricciones de circulación hubo un incremento de casi un 5% en los valores porcentuales de locales comerciales vacíos en la ciudad de Salta, cerrando al mes de octubre con 634 locales comerciales de venta vacíos, lo que representa un 16% del total del muestreo que viene utilizando la cámara de comercio y la industria en el relevamiento bimestral realizado durante dichos meses del año 2020. Cabe destacar que dicha entidad viene realizando el relevamiento desde hace 7 años y el promedio habitual de locales vacíos se mueve en torno al 10%, en los años pre pandemia.

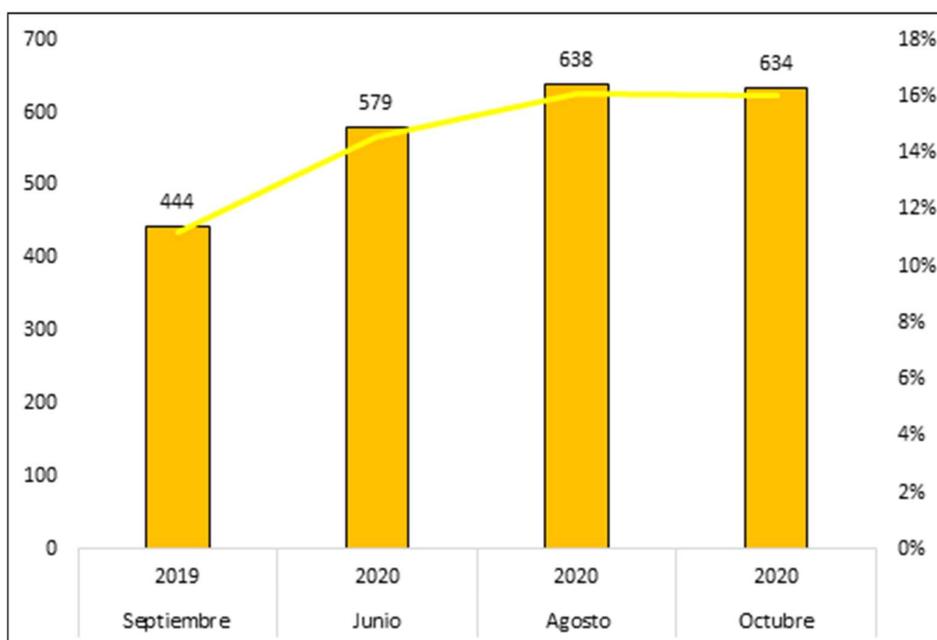
Tabla 25. Locales vacíos en la ciudad de Salta Capital.

Mes	Año	Locales vacíos*	
		Cantidad	Porcentaje
Septiembre	2019	444	11,20%
Junio	2020	579	14,60%
Agosto	2020	638	16,10%
Octubre	2020	634	16,00%

\*Incluye los locales destinados a venta en el centro (72 manzanas) y los tres grandes shoppings de la ciudad de Salta.

Fuente: Elaboración propia en base a la Cámara de Comercio e Industria de la Provincia de Salta.

Gráfico 22. Locales vacíos en la ciudad de Salta Capital 2019-2020.



Fuente: Elaboración propia en base a la Cámara de Comercio e Industria de la Provincia de Salta.

Finalmente, y para cerrar el análisis de datos relevantes del sector comercial, en el gráfico 22 observamos la curva ascendente que da cuenta el incremento en la dinámica de locales vacíos en la ciudad de Salta, indicador que da cuenta de la difícil situación que atraviesa dicho sector en la ciudad de Salta.

Para ilustrar aún más esta situación nos parece relevante rescatar las reflexiones del presidente de la cámara del comercio y la industria de la provincia, Daniel Betzel, según un diario local: "Hay que valorar que la curva de cierres se estabilizó y que en los últimos dos meses casi no hubo cierres, de acuerdo con nuestro relevamiento, la zona en la que más locales cerraron es la que está entre la calle Florida y Sarmiento y entre Alvarado y España. Allí había 73 locales vacíos y ahora 106, con un pico en agosto de 124". Betzel explicó que este sector es el que más pérdida tuvo y estimó que muchos de estos puestos tuvieron problemas de abastecimiento de mercadería que venía desde Jujuy. Otra zona muy perjudicada es la que abarca la peatonal Alberdi, donde había 48 locales cerrados y ahora hay 86. Betzel evaluó que muchos comerciantes se mudan del microcentro al macrocentro porque los alquileres son un poco más bajos. Otro factor que influye es que la gente cambió de hábitos debido a la pandemia. Entonces, se venden por ejemplo más bicicletas y ropa de deporte que zapatos elegantes, carteras o vestidos de fiesta. Otro aspecto que influye es que hay menos gente caminando en las calles del centro que antes de la pandemia" (El Tribuno - Diciembre de 2020).

Con respecto al **sector vitivinícola**, como dato relevante de la situación del sector durante el año 2020, incorporamos a continuación la tabla 26 y tabla 27 que

dan cuenta del desempeño que tuvieron el mercado interno y externo de vinos en nuestra provincia durante la pandemia. En cuanto a la situación del mercado interno podemos ver que, si bien el volumen de venta de vino blanco tuvo una caída del 1,5% con respecto al año 2019, el volumen de ventas del vino de color tuvo un muy buen desempeño, contabilizando al mes de noviembre de 2020 un incremento del 4,2%. En la sumatoria total anual al mes de noviembre de 2020 se registra un incremento del 1,4% de los volúmenes de venta.

Tabla 26. Mercado interno de Vinos de Salta. Volumen de venta por color en hectolitros. Comparativo 2019-2020.

Mes	TOTAL POR COLOR**								
	BLANCO			COLOR			TOTAL		
	2019	2020	Var% 20/19	2019	2020	Var% 20/19	2019	2020	Var% 20/19
Enero	3.581	5.318	48,5	2.363	3.974	68,2	5.943	9.292	56,3
Febrero	6.006	4.713	-21,5	8.692	5.295	-39,1	14.697	10.008	-31,9
Marzo	6.230	5.096	-18,2	8.945	4.715	-47,3	15.174	9.812	-35,3
Abril	6.702	6.977	4,1	6.256	3.871	-38,1	12.958	10.848	-16,3
Mayo	5.547	4.045	-27,1	5.145	6.272	21,9	10.692	10.317	-3,5
Junio	5.139	5.863	14,1	5.817	7.681	32,0	10.956	13.544	23,6
Julio	6.868	7.806	13,7	6.733	8.788	30,5	13.600	16.593	22,0
Agosto	5.341	6.527	22,2	8.103	8.395	3,6	13.444	14.923	11,0
Septiembre	8.429	6.044	-28,3	5.243	7.603	45,0	13.672	13.647	-0,2
Octubre	6.920	3.881	-43,9	5.653	8.649	53,0	12.573	12.530	-0,3
Noviembre	6.470	9.945	53,7	6.089	6.715	10,3	12.559	16.660	32,7
Diciembre	8.956	-	-	5.199	-	-	14.156	-	-
<b>Total a NOVIEMBRE</b>	<b>67.231</b>	<b>66.214</b>	<b>-1,5</b>	<b>69.037</b>	<b>71.959</b>	<b>4,2</b>	<b>136.268</b>	<b>138.173</b>	<b>1,4</b>

Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura Cafayate (INV)

Tabla 27. Mercado externo de vinos de la Provincia de Salta 2020. Distribución mensual en volumen y valor FOB.

Meses	Hectolitros	Miles de U\$S
Enero	2.835	1.382
Febrero	3.377	1.703
Marzo	3.476	1.775
Abril	2.763	1.390
Mayo	3.328	1.475
Junio	3.384	1.524
Julio	4.143	1.787
Agosto	4.051	1.760
Septiembre	4.915	2.311

Octubre	4.299	1.934
Noviembre	5.229	2.320
Diciembre	3.576	1.522
Totales	45.375	20.882

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura

Con respecto al mercado externo de vinos en nuestra provincia el efecto de la crisis generada por la pandemia fue mayor que en el mercado interno, ya que mientras en 2019 se habían exportado 47.609 hectolitros con un valor FOB en miles de dólares de 23.784, durante el año 2020 se registró una caída del 4,7% en el volumen exportado y del 12,2% en U\$S a valor FOB.

En cuanto al **sector turístico** sin dudas este fue el más golpeado de los sectores en observación y su actividad fue prácticamente nula a partir del mes de marzo de 2020. Solo siguieron en funcionamiento algunos hoteles habilitados por el COE provincial para alojar a las personas que debían realizar la cuarentena establecida por protocolo sanitario de COVID 19 para la provincia de Salta. Tal es la magnitud de la parálisis que sufrió el sector que al momento del cierre de este informe recién se está comenzando a realizar el relevamiento de la encuesta hotelera 2020 que lleva adelante un equipo de la Dirección General de Estadísticas y Censo de la provincia (DGEC) y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC). Una provincia con hoteles y alojamientos cerrados, agencias de viajes y todos los prestadores turísticos paralizados, sumado a las restricciones establecidas, hizo imposible poder avanzar con dicho relevamiento.

En este mismo sentido, Gustavo Sáenz, gobernador de la Provincia de Salta, aseguró que “Es incalculable lo que ha perdido el turismo, es el sector más golpeado de la Argentina. Hay una enorme baja en la recaudación de las ciudades que viven de la actividad turística. Los ingresos de la provincia cayeron cerca de un 40%. Nadie paga los impuestos” (Infobae.com. Mayo 2020)

Es importante resaltar que Salta fue la primera provincia argentina en obtener el sello internacional Safe Travels (destino seguro), otorgado por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo bajo las pautas de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y se trata de un conjunto de protocolos diseñados con el fin de que los distintos destinos y prestadores turísticos sigan medidas estandarizadas que permitan brindar seguridad a los turistas.

Con el objetivo de comenzar a reactivar el sector, se diseñó durante el año 2020 el Plan de Reactivación Turística presentado por el ministerio de Turismo y Deportes provincial y que cuenta con la aprobación de la cartera de Salud Pública y el Comité Operativo de Emergencia, el cual consta de un proceso con 4 etapas para lograr la recuperación de esta actividad económica.

En la primera etapa, desde el 30 de octubre Salta aprobó la reanudación del turismo interno dando comienzo al Plan de Reactivación Turística. De esta manera, para desplazarse por la provincia el turista debía realizar una reserva previa, ya sea de alojamiento, servicio gastronómico, excursiones, entre otras. Luego, recibía el permiso de circulación, que era gestionado por el prestador, y debía completar una declaración jurada sobre su estado de salud. La segunda etapa comenzó a partir del 9 de noviembre de 2020 y el objetivo fue autorizar, con la apertura de fronteras, el ingreso de visitantes de países limítrofes, como Chile, Bolivia y Paraguay, que estaba sujeto a las disposiciones dictadas por el Gobierno nacional. En la tercera etapa, que comenzó el 1 de diciembre, se buscó realizar una apertura con las provincias del Noroeste. Primero se autorizó el ingreso de personas cuyo lugar de origen era Jujuy y Tucumán, más adelante, desde Santiago del Estero, La Rioja y Catamarca. Por último, el 15 de diciembre se permitió el ingreso de personas de todo el país. Para el mismo, solo es necesario gestionar el permiso de circulación y descargar la app "Salta-COVID". En un principio, la integración con el resto del país de cara a la temporada de verano estaba programada para el 1 de enero de 2021 pero debido a la situación epidemiológica estable en la provincia se decidió incluir las fiestas de fin de año, que generan gran movimiento y apalancaría en la reactivación del sector.

Al cierre de este informe se observa una importante cantidad de turistas circulando por la provincia y con algunos destinos como los Valles Calchaquíes donde Cachi y Cafayate reportan ocupaciones superiores al 70%, según datos provisorios del relevamiento de la encuesta hotelera de la provincia.

## **2.6 Análisis comparativo pre y pos COVID 19 de las variables económicas por sector**

A continuación, pretendemos presentar los datos conjuntos de las variables sistematizadas, que en los puntos anteriores se presentaron y analizaron en forma separada, para poder realizar un análisis comparativo entre la situación pre pandemia del año 2019 y los datos pos pandemia del año 2020. De esta manera, intentamos agregar mayor profundidad al análisis y, a la vez, mejorar la exposición de datos mediante la comparabilidad de estos, así como poder construir una serie temporal más larga que nos permita una mejor observación sobre la situación económica pos covid en nuestra provincia.

En la siguiente tabla presentamos el **nivel de empleo** por sector desde el inicio del año 2019 hasta el mes de junio del año 2020. Allí se puede observar cómo en valores absolutos la cantidad de empleados registrados registra bajas importantes al realizar la comparación interanual con el inicio del año 2019.

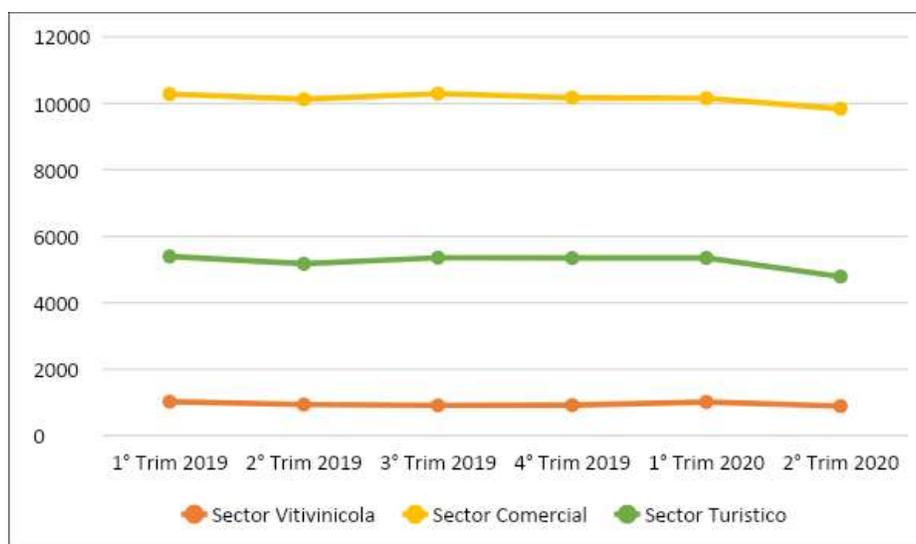
Tabla 28. Nivel de empleo de los sectores vitivinícola, comercial y turístico durante trimestres de 2019-2020.

	1° Trim 2019	2° Trim 2019	3° Trim 2019	4° Trim 2019	1° Trim 2020	2° Trim 2020
Vitivinícola	1022	937	912	920	1014	889
Comercial	10282	10123	10294	10173	10153	9838
Turístico	5393	5171	5356	5345	5349	4787

Fuente: Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial - MTEySS en base a SIPA.

En el gráfico 23 mediante el uso de curvas se puede observar claramente cómo a partir del primer trimestre del 2020 todas las curvas comienzan a caer evidenciando la caída de empleos registrados pos covid que venimos señalando para todos los sectores bajo análisis, mientras que en 2019 se venía observando una meseta en las curvas e incluso con algunas recuperaciones sectoriales para fines de ese año.

Gráfico 23. Asalariados registrados del sector privado (rubro: vitivinícola, comercial y turístico) durante trimestres de 2019-2020.



Fuente: elaboración propia en base a los datos del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial - MTEySS en base a SIPA

En las siguientes tablas (tabla 29 y tabla 30), para ser más homogénea la comparación de los datos recortamos los dos primeros trimestres de 2019 y de 2020. Y en el gráfico 24 se expresa la tendencia de la serie mediante las curvas.

Tabla 29. Nivel de empleo de los sectores vitivinícola, comercial y turístico durante los dos primeros trimestres de 2019.

	1° Trim 2019	2° Trim 2019
Sector Vitivinícola	1022	937
Sector Comercial	10282	10123

Sector Turístico	5393	5171
------------------	------	------

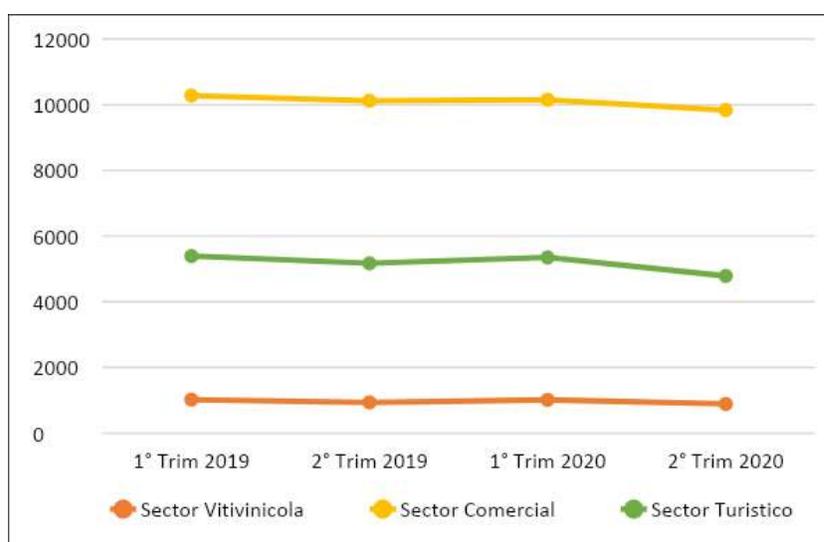
Fuente: Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial - MTEySS en base a SIPA.

Tabla 30. Nivel de empleo de los sectores vitivinícola, comercial y turístico durante los dos primeros trimestres de 2020.

	1° Trim 2020	2° Trim 2020
Sector Vitivinícola	1014	889
Sector Comercial	10153	9838
Sector Turístico	5349	4787

Fuente: Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial - MTEySS en base a SIPA.

Gráfico 24. Asalariados registrados del sector privado (rubro: vitivinícola, comercial y turístico) durante los dos primeros trimestres de 2019-2020.



Fuente: elaboración propia en base a los datos del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial - MTEySS en base a SIPA

Con respecto al sector comercial y en la comparación interanual del primer trimestre de 2019 versus el primer trimestre de 2020, la caída es del 12,7% y se puede observar una caída aún mayor en el segundo trimestre.

El sector vitivinícola en la comparación del primer trimestre de cada año se mantuvo prácticamente sin cambios, registrando una pequeña caída del 1%, comenzando a registrar una caída del 5,1% en la comparación de los segundos trimestres.

El sector turístico durante el año 2020, si se compara la sumatoria de los dos primeros trimestres con los trimestres del año anterior, la contracción en la cantidad de empleos es del 4,2%, comenzando a evidenciar los efectos de las restricciones de circulación en la provincia y en el país; puesto que el primer trimestre del año es considerado la temporada de mayor movimiento turístico en nuestra provincia y por lo tanto son meses donde el sector turístico acostumbra a

incorporar personal. Durante el año 2020 esta situación se dio a la inversa, es decir, que se perdieron puestos de trabajo.

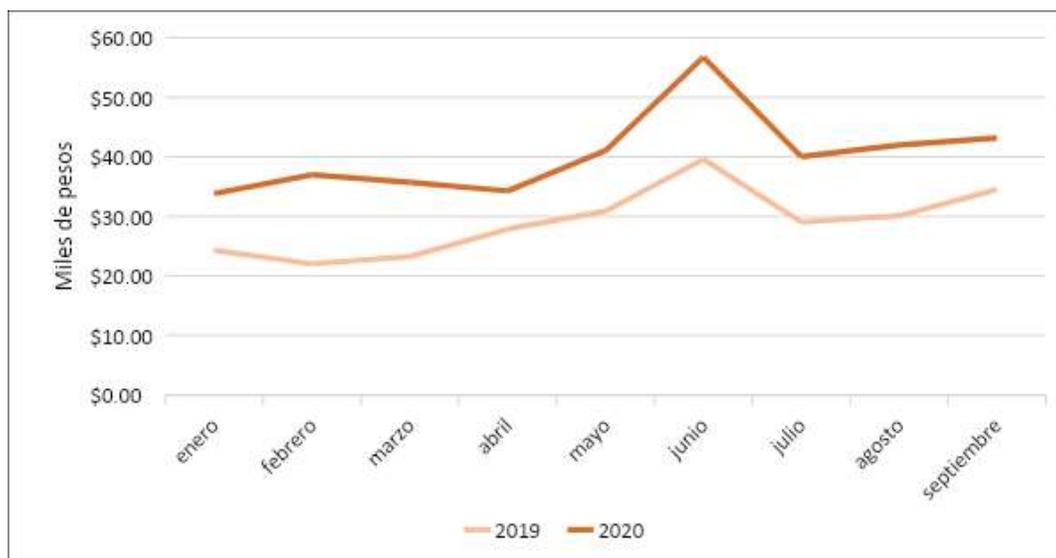
A continuación, presentamos indicadores comparativos en series de enero a septiembre, respecto de la **remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado según rama de actividad**. Allí puede observarse la evolución de los salarios para cada uno de los sectores y las curvas respectivas, que nos permiten profundizar el análisis económico pos covid a través de la comparación interanual.

*Tabla 31. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado vitivinícola según rama de actividad durante los meses de 2019-2020 (en miles de pesos).*

Sector Vitivinícola	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre
2019	24	22	23	28	31	40	29	30	35
2020	34	37	36	34	41	57	40	42	43

Fuente: elaboración propia en base a los datos del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial - MTEySS en base a SIPA

*Gráfico 25. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado vitivinícola según rama de actividad durante los meses de 2019-2020.*



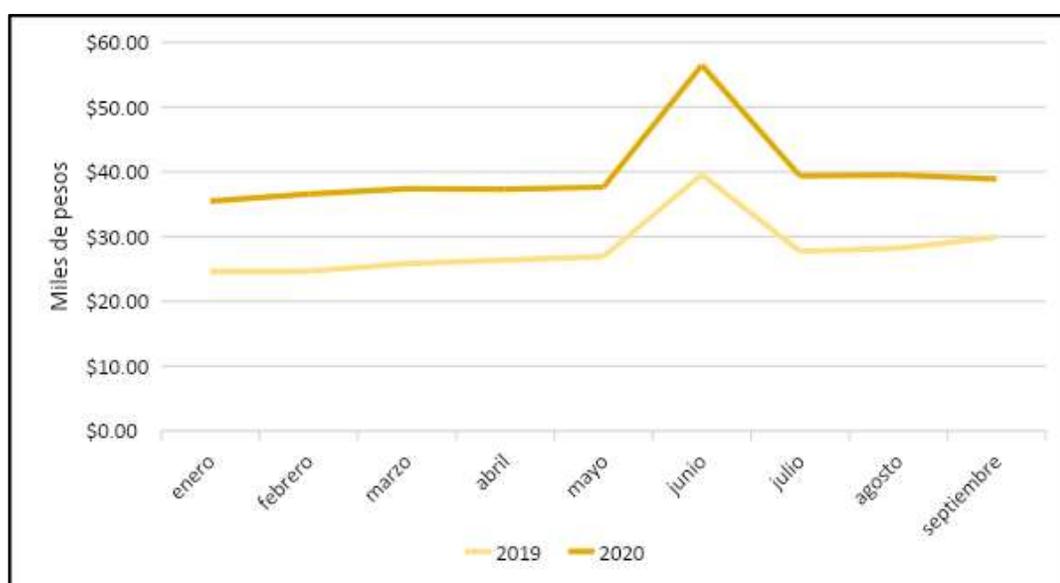
Fuente: elaboración propia en base a los datos del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial - MTEySS en base a SIPA

Tabla 32. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado comercial según rama de actividad durante los meses de 2019-2020 (en miles de pesos).

Sector Comercial	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre
2019	25	25	26	26	27	40	28	28	30
2020	35	37	37	37	38	57	39	40	39

Fuente: elaboración propia en base a los datos del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial - MTEySS en base a SIPA

Gráfico 26. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado comercial según rama de actividad durante los meses de 2019-2020.



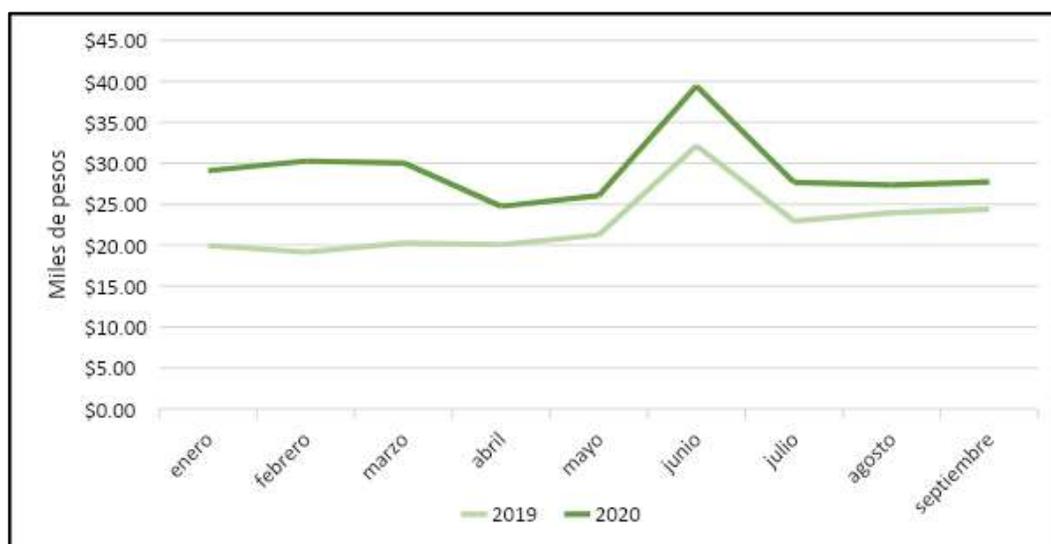
Fuente: elaboración propia en base a los datos del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial - MTEySS en base a SIPA.

Tabla 33. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado turístico según rama de actividad durante los meses de 2019-2020 (en miles de pesos).

Sector Turístico	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre
2019	20	19	20	20	21	32	23	24	24
2020	29	30	30	25	26	39	28	27	28

Fuente: Elaboración propia en base a los datos del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial - MTEySS en base a SIPA.

Gráfico 27. Remuneración promedio de los trabajadores registrados del sector privado turístico según rama de actividad durante los meses de 2019-2020.



Fuente: elaboración propia en base a los datos del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial - MTEySS en base a SIPA

En cuanto a los datos debemos destacar nuevamente la situación preocupante que evidencia el sector turístico durante el año 2020. Analizando el gráfico de curvas del sector podemos observar que a septiembre de 2020 el nivel promedio de remuneraciones terminó por debajo del mes de enero del 2020 y se acercaba al nivel que tenían los salarios del sector a septiembre de 2019. Esto significa que no solo no se lograron compensar las pérdidas del poder adquisitivo de los salarios del sector para el año 2020, sino que retrocedieron en cuanto a las recomposiciones salariales que se habían celebrado al inicio del año.

En las siguientes tablas y gráficos analizamos la evolución de las series anuales del **índice de precios al consumidor** en nuestra provincia para cada uno de los sectores mediante la comparación interanual de los datos sistematizados. En el análisis podemos observar el crecimiento de la curva de índice de precios a partir del mes de agosto para todos los sectores y con una pendiente aún más pronunciada para el sector comercial como ya lo veníamos estableciendo en los análisis anteriores.

Tabla 34. Índice de precios al consumidor durante los meses de 2019 en la provincia de Salta.

	ene.-19	feb.-19	mar.-19	abr.-19	may.-19	jun.-19	jul.-19	ago.-19	sep.-19	oct.-19	nov.-19	dic.-19
Bebidas alcohólicas	162,23	166,09	168,28	169,19	171,29	174,62	175,70	179,57	185,18	196,18	206,34	211,84
Comercio *	170,07	177,53	186,06	192,91	198,64	203,86	206,64	215,10	230,67	237,35	246,71	254,53

Restaurantes y hoteles	177,72	182,20	189,43	197,88	204,83	213,19	221,00	230,01	242,45	249,15	257,93	263,97
------------------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

Fuente: Elaboración propia en base a los datos del IPC publicado por INDEC.

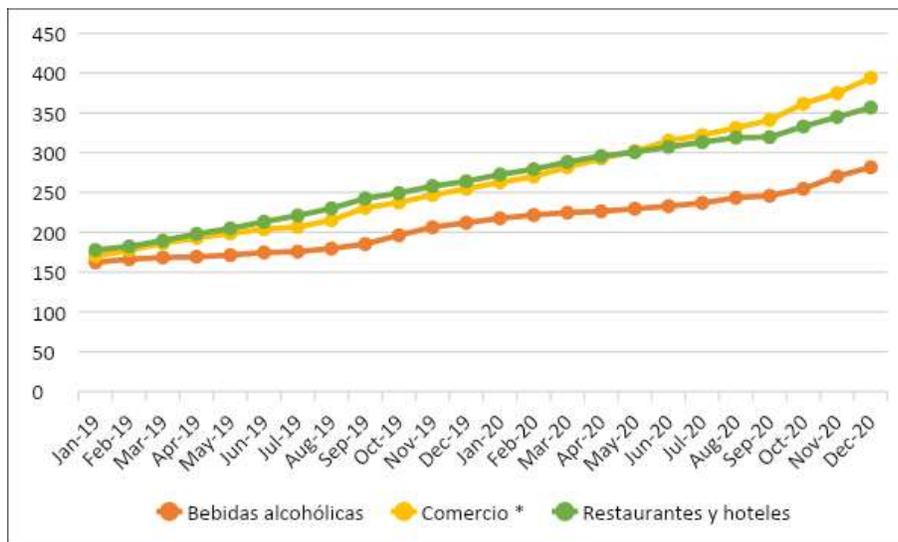
Tabla 35. Índice de precios al consumidor durante los meses de 2020 en la provincia de Salta.

	ene.-20	feb.-20	mar.-20	abr.-20	may.-20	jun.-20	jul.-20	ago.-20	sep.-20	oct.-20	nov.-20	dic.-20
Bebidas alcohólicas	217,53	221,63	224,60	226,29	229,48	232,80	236,78	243,35	245,86	254,50	270,28	281,60
Comercio *	262,72	269,86	281,80	292,41	301,95	315,02	321,98	331,12	340,95	361,35	374,79	393,94
Restaurantes y hoteles	272,56	279,13	288,20	295,67	300,62	307,26	313,08	318,93	319,42	332,91	344,74	356,63

(\*) Incluye "alimentos y bebidas no alcohólicas" y "prendas de vestir y calzado".

Fuente: Elaboración propia en base a los datos del IPC publicado por INDEC.

Gráfico 28. Índice de precios al consumidor durante los meses de 2019-2020 en la provincia de Salta.



Fuente: elaboración propia en base a los datos del IPC publicado por INDEC.

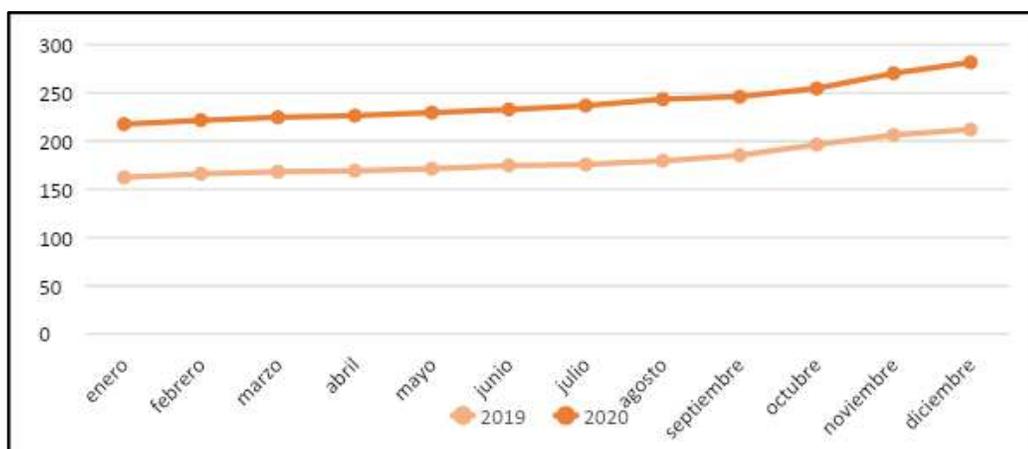
Tal como en las variables anteriores, a continuación, se presenta la comparación interanual sector por sector para poder mejorar el análisis comparativo y agregar información cualitativa.

Tabla 36. Índice de precios al consumidor con respecto a las bebidas alcohólicas durante los meses de 2019-2020 en la provincia de Salta.

Bebidas alcohólicas	Enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
2019	162,23	166,09	168,28	169,19	171,29	174,62	175,70	179,57	185,18	196,18	206,34	211,84
2020	217,53	221,63	224,60	226,29	229,48	232,80	236,78	243,35	245,86	254,50	270,28	281,60

Fuente: elaboración propia en base a los datos del IPC publicado por INDEC.

Gráfico 29. Índice de precios al consumidor con respecto a las bebidas alcohólicas durante los meses de 2019-2020 en la provincia de Salta.



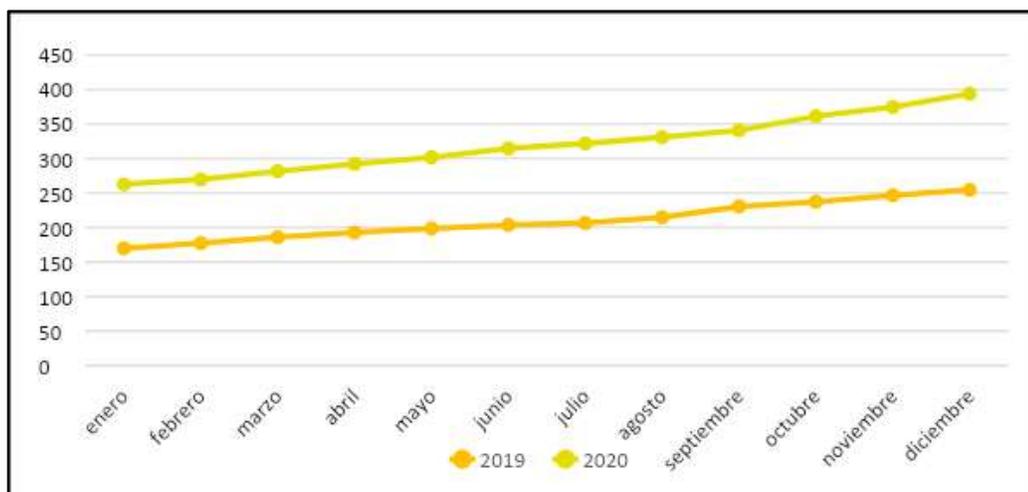
Fuente: elaboración propia en base a los datos del IPC publicado por INDEC.

Tabla 37. Índice de precios al consumidor con respecto al comercio durante los meses de 2019-2020 en la provincia de Salta.

Comercio	Enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
2019	170,07	177,53	186,06	192,91	198,64	203,86	206,64	215,1	230,67	237,35	246,71	254,53
2020	262,72	269,86	281,8	292,41	301,95	315,02	321,98	331,12	340,95	361,35	374,79	393,94

Fuente: elaboración propia en base a los datos del IPC publicado por INDEC.

Gráfico 30. Índice de precios al consumidor con respecto al comercio durante los meses de 2019-2020 en la provincia de Salta.



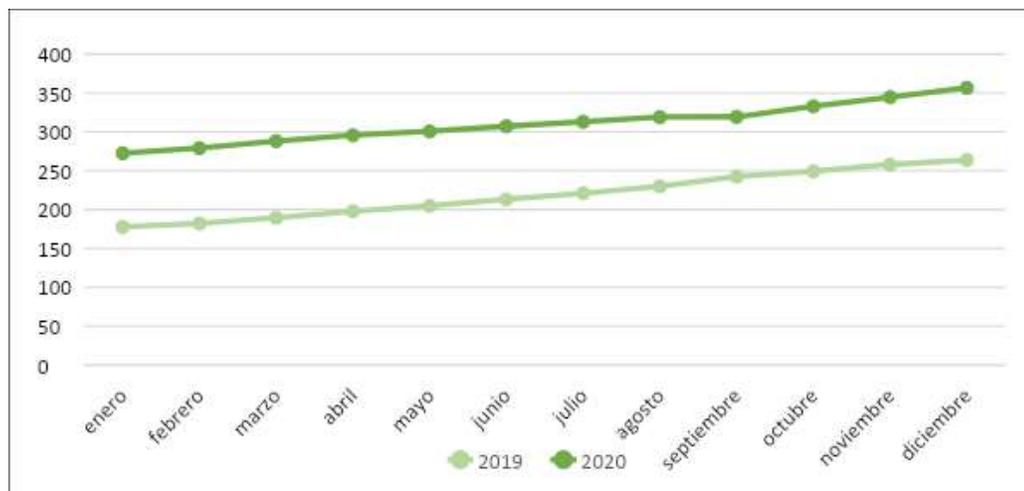
Fuente: elaboración propia en base a los datos del IPC publicado por INDEC.

Tabla 38. Índice de precios al consumidor con respecto a hoteles y restaurantes durante los meses de 2019-2020 en la provincia de Salta.

Restaurantes y hoteles	Enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
2019	177,72	182,20	189,43	197,88	204,83	213,19	221,00	230,01	242,45	249,15	257,93	263,97
2020	272,56	279,13	288,20	295,67	300,62	307,26	313,08	318,93	319,42	332,91	344,74	356,63

Fuente: elaboración propia en base a los datos del IPC publicado por INDEC.

Gráfico 31. Índice de precios al consumidor con respecto a hoteles y restaurantes durante los meses de 2019-2020 en la provincia de Salta.



Fuente: Elaboración propia en base a los datos del IPC publicado por INDEC.

En adelante se analiza comparativamente el **nivel de ventas** totales en Salta y de manera interanual, abierto según los diferentes rubros comerciales a través de la encuesta a supermercados. Es de suma importancia observar aquí que los niveles de venta durante los meses de pandemia en los diferentes rubros superan a los niveles del año 2019, destacándose los rubros almacén, electrónicos y artículos para el hogar. Pero aquí debemos aclarar que, a pesar de ello, el desempeño total del sector comercial tuvo niveles inferiores durante el 2020 respecto al año anterior y esto se debe a que la mejor situación de ventas de los comercios de grandes superficies y sus canales electrónicos de comercialización no lograron compensar la caída de los pequeños y medianos comercios que representan gran parte del volumen que opera el sector comercial en su conjunto. Dicho análisis se puede observar claramente en los cuadros y gráficos que se presentan a continuación. En tanto los sectores vitivinícola y turístico tuvieron en ambos casos caídas en el volumen operado del 47% y 51% respectivamente, datos que evidencian el gran impacto de la pandemia en la actividad de dichos sectores.

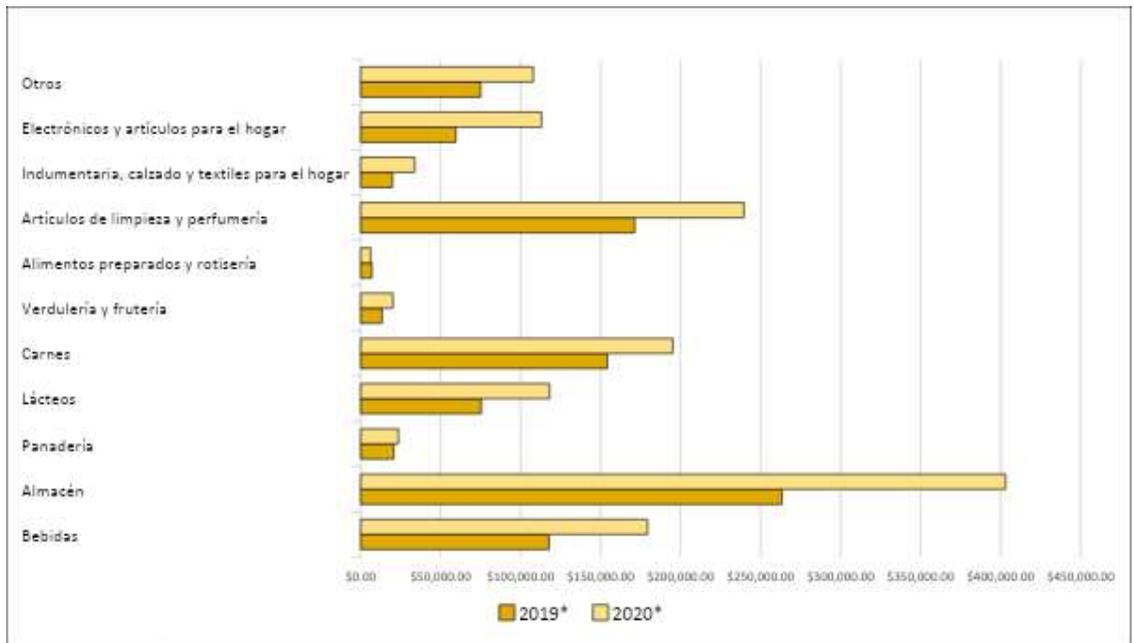
*Tabla 39. Promedio de ventas totales en Salta a precios corrientes por grupo de artículos, en miles de pesos, año 2019-2020.*

Año	Total	Bebidas	Almacén	Panadería	Lácteos	Carnes	Verdulería y frutería	Alimentos preparados y rotisería	Artículos de limpieza y perfumería	Indumentaria, calzado y textiles para el hogar	Electrónicos y artículos para el hogar	Otros
2019*	977.359,01	117.714,84	263.355,32	20.691,02	75.316,59	154.177,79	13.391,99	7.049,21	171.291,64	19.876,44	59.505,61	74.988,56
2020*	1.439.924,59	179.320,61	403.076,88	23.625,38	118.095,43	195.080,35	20.130,60	6.260,73	239.599,12	33.838,76	113.010,60	107.886,13

\* Comprende los meses de enero a octubre

Fuente: elaboración propia en base a datos de la encuesta a Supermercados (INDEC).

Gráfico 32. Promedio de ventas totales en Salta a precios corrientes por grupo de artículos, en miles de pesos, año 2019-2020.



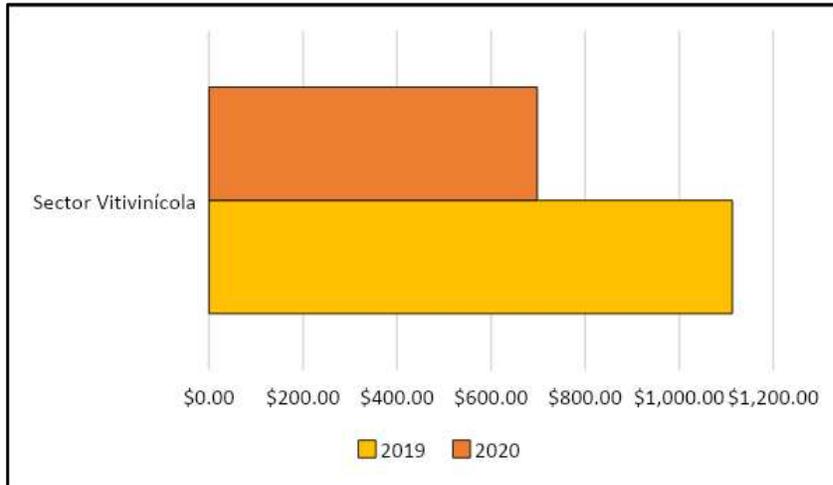
Fuente: elaboración propia en base a datos de la encuesta a Supermercados (INDEC).

Tabla 40. Niveles de venta de los sectores vitivinícola, comercial y turístico, primer semestre 2019 y 2020 (en millones de pesos).

	Sector Vitivinícola	Sector Comercial	Sector Turístico
2019	\$1.113,06	\$23.016,48	\$2.641,17
2020	\$698,09	\$17.299,60	\$1.345,85

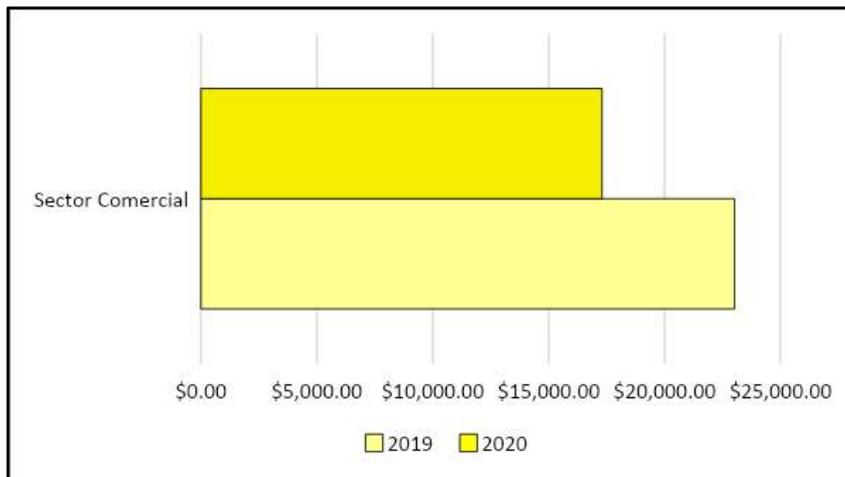
Fuente: elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta.

Gráfico 33. Niveles de venta del sector vitivinícola primer semestre 2019 y 2020 (en millones de pesos).



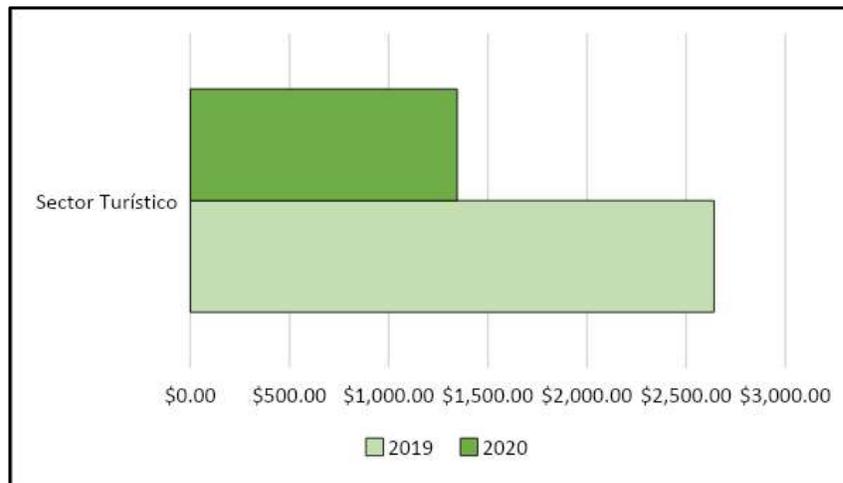
Fuente: elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta.

Gráfico 34. Niveles de venta del sector comercial primer semestre 2019 y 2020 (en millones de pesos).



Fuente: elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta.

Gráfico 35. Niveles de venta del sector turístico primer semestre 2019 y 2020 (en millones de pesos).



Fuente: elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta.

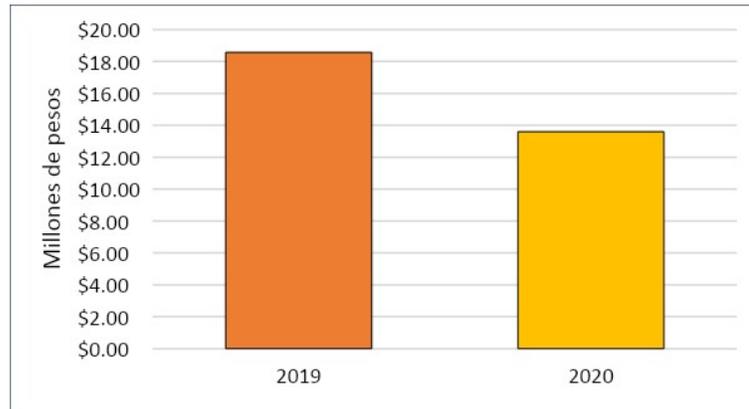
Podemos decir a continuación, y como reflejo de lo analizado para los niveles de venta, que en las comparaciones semestrales de la **recaudación tributaria** del año 2019 versus el 2020, se ven caídas muy significativas de la recaudación, destacándose el sector turístico que marcó un récord histórico en el nivel de la caída recaudatoria, promediando un 50% menos de recaudación para el primer semestre. Según los datos obtenidos en nuestro relevamiento en la Dirección General de Rentas de la provincia, esto se debe en gran medida a un importante número de bajas de contribuyentes en dicho sector y también a que un gran número de contribuyentes terminaron con saldo fiscal positivo debido a que sus declaraciones juradas mensuales tuvieron facturaciones en cero, evidenciando la profundidad de la crisis que atraviesa el sector.

Tabla 41. Recaudación tributaria de los sectores vitivinícola, comercial y turístico, primer semestre 2019 y 2020 (en millones de pesos).

	Sector Vitivinícola	Sector Comercial	Sector Turístico
2019	\$18,57	\$1.132,24	\$117,61
2020	\$13,60	\$848,78	\$58,30

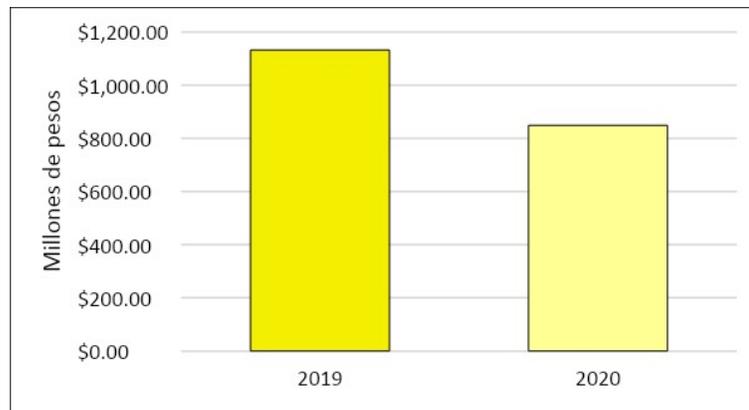
Fuente: elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta.

*Gráfico 36. Recaudación tributaria del sector vitivinícola primer semestre 2019 y 2020 (en millones de pesos).*



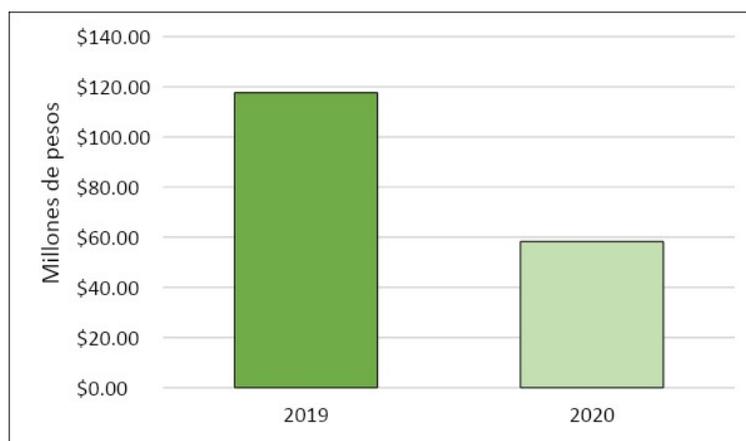
Fuente: elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta.

*Gráfico 37. Recaudación tributaria del sector comercial primer semestre 2019 y 2020 (en millones de pesos).*



Fuente: elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta.

Gráfico 38. Recaudación tributaria del sector turístico primer semestre 2019 y 2020 (en millones de pesos).



Fuente: elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta.

### **3. Abordaje metodológico del observatorio**

A continuación, desarrollamos el abordaje metodológico utilizado para la construcción del observatorio e incorporamos algunas consideraciones teóricas que consideramos relevantes sobre la metodología de esta investigación.

Teniendo en cuenta que el presente proyecto tiene como principal finalidad construir una herramienta de sistematización y análisis de datos (secundarios y primarios) que permita monitorear la situación del nivel de actividad económica pos COVID-19 de la provincia de Salta, con enfoque en la situación de las PyME y que se constituya en la línea de base para el seguimiento de la estructura económica y evolución a lo largo del tiempo. En línea con dicha finalidad se lleva a cabo un abordaje metodológico que inicialmente incluye el trabajo a partir de datos secundarios, principalmente estadísticos provenientes de fuentes como INDEC y DGEC Salta, entre otros. Destacando la articulación permanente que llevamos adelante con los equipos técnicos de la Dirección General de Estadísticas y Censos de Salta, generando una sinergia permanente para el ajuste de la metodología y los procedimientos de investigación. Así mismo, trabajamos sobre la producción de datos primarios a partir de un acercamiento cuantitativo y en articulación con diferentes actores locales (gobiernos municipales, organizaciones de productores, cámaras empresariales, mercados mayoristas y distribuidores, entre otros). Esto último constituye un aporte significativo para el análisis de la realidad socio económica de la provincia, brindando información más pormenorizada de la configuración de la actividad económica actual, del sector PyMEs y de los diferentes conglomerados económicos provinciales.

Para dicho proceso se fueron utilizando diferentes técnicas e instrumentos de recolección de datos, entre ellos la observación indirecta y la observación

documental. Con respecto a la **observación** podemos decir que se lleva adelante un proceso de recopilación de datos e información que consiste en utilizar los sentidos para observar hechos y realidades sociales pre y pos pandemia, presentes en personas e instituciones insertas en el contexto real (ambiente físico, económico-social y cultural) en donde desarrollan normalmente sus actividades considerando los diferentes sectores bajo estudio (turístico, comercial y vitivinícola). En tanto, la **observación documental** nos permite no sólo observar los fenómenos sociales directamente, en el caso de nuestra investigación la situación económica pos pandemia, sino que además nos permite analizar registros escritos por organismos públicos y privados, de los hechos más importantes de la vida social: demográficos, económicos, laborales, sanitarios, financieros, etc.

Podemos decir entonces que la observación documental “es el tipo de observación que versa sobre todas las realizaciones que dan cuenta de los acontecimientos sociales y las ideas humanas o son producto de la vida social y, por tanto, en cuanto registran o reflejan esta, pueden ser utilizados para estudiarla indirectamente.” (Sierra Bravo, 1989, Pág. 283).

En cuanto a la tipología de los documentos en análisis podemos decir que fundamentalmente se dividen en, documentos escritos (libros y ensayos académicos, etc) y documentos numéricos y estadísticos.

Otra instancia importante de este proceso de investigación es la **identificación de actores e instituciones a relevar**, en cuanto a ello mediante la articulación y el trabajo conjunto con la Dirección General de Estadística de la Provincia de Salta, se recurrió a las instituciones correspondientes en busca de las bases de datos necesarias, para ello en primera instancia se envió los respectivos expedientes en soporte documental solicitando la información y a su vez, se establecieron contactos a través de los diferentes medios digitales debido a que la mayoría de las oficinas de las instituciones se encontraban cerradas por las disposiciones sanitarias emitidas por el COE provincial debido al COVID 19.

A continuación, presentamos una tabla resumen de variables y sus principales fuentes.

*Tabla 42. Variables y fuentes*

Variables	Fuentes
TASA DE EMPLEO	Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial
REMUNERACIÓN PROMEDIO	Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial
ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
NIVELES DE VENTA	Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta
ALTAS Y BAJAS DE PYMES	Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta
RECAUDACIÓN TRIBUTARIA	Dirección General de Rentas de la Provincia de Salta
NIVEL DE PRODUCCIÓN: Ocupación Hotelera	Dirección General de Estadísticas de la Provincia de Salta

Litros de vinos	Instituto Nacional de Vitivinicultura delegación Cafayate
Encuesta a supermercados	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Así mismo, fueron relevadas otras instituciones como: Cámara de Comercio e Industria de la Provincia de Salta; Cámara de Pequeños y Medianos Empresarios de Salta; Ministerio de Producción y Desarrollo Sustentable de la provincia de Salta; Ministerio de Turismo y Deportes de la provincia de Salta; Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social; Colegio Único de Corredores Inmobiliarios de Salta; Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria - AER Cerrillos; Universidad Nacional de Salta, Instituto Nacional de Vitivinicultura delegación Cafayate, entre otras..

En cuanto a los datos relevados y las variables, podemos realizar la siguiente clasificación que exponemos en la tabla que sigue:

Tabla 43. Clasificación de datos y variables

Variable	Dato		Variable Cuantitativa	
	Primario	Secundario	Continua	Discreta
CANTIDAD DE ASALARIADOS		X		X
REMUNERACIÓN PROMEDIO		X	X	
ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR		X	X	
NIVELES DE VENTA	X		X	
ALTAS Y BAJAS DE PYMES	X			X
RECAUDACIÓN TRIBUTARIA	X		X	
OCUPACIÓN HOTELERA	X		X	
LITROS DE VINOS		X	X	
VENTA EN SUPERMERCADOS		X	X	

Finalmente realizamos la organización y sistematización de los datos de actividad económica provincial pos pandemia, pre pandemia y sus comparaciones, para ello una vez realizada la recolección de los mismos los presentamos sistemáticamente para su análisis. Puesto que, el conjunto de datos es sumamente numeroso, utilizamos herramientas de la estadística descriptiva para reducir una gran cantidad de datos hasta un punto en que pueda verse claramente la información. Para esto se emplean tabulaciones, porcentajes, medidas descriptivas, gráficos, etc.

Posteriormente completamos el análisis con la interpretación de las medidas calculadas en el análisis cuantitativo y mediante la utilización de gráficos estadísticos pretendemos que el lector capte la información y las diferencias a simple vista, utilizamos preferentemente gráficos sectoriales o de pastel, gráfico de barras y gráficos de líneas.

Finalmente, cabe destacar, que en primera instancia se procedió a organizar la información para calcular los indicadores correspondientes al año 2019, es decir en cuanto a la situación económica pre pandemia y confeccionar las serias, tablas y gráficos necesarios para visualizar dicha información. Luego, la perteneciente al 2020 y sus respectivas serias, tablas y gráficos. Todo ello pertenece a un análisis estático de los datos.

Culminando el procedimiento metodológico con el análisis comparativo de ambos períodos el cual contempló cuadros de doble entrada y gráficos de barra y línea. El análisis dinámico comparativo nos permite poder estimar con mayor exactitud y profundidad las consecuencias de la pandemia en el ámbito económico de nuestra provincia.

#### **4. POLÍTICAS PÚBLICAS POS COVID19 Y CONSIDERACIONES FINALES**

Para finalizar el presente trabajo se presenta a continuación una sistematización y análisis de las políticas públicas pos covid19 implementadas en la provincia de Salta, sean éstas elaboradas por el gobierno nacional, provincial o gobiernos municipales. Se trata de dar cuenta aquí del impacto que dichas políticas públicas pudieron tener para los diferentes sectores bajo estudio (comercial, vitivinícola y turístico) durante las restricciones a la circulación establecidas debido a la situación sanitaria provincial, presentándolas de forma sistematizada para un mejor análisis, de modo de poder brindar información valiosa para la toma de decisiones en los distintos ámbitos de gobierno y en el sector privado.

Una de las políticas implementada con efecto sobre la economía de las PyMES de nuestra provincia fue el programa **PYME PLUS**, que constituye una línea especial de financiamiento a micros, pequeñas y medianas empresas a una tasa de 24% dispuesta por el Banco Central de la República Argentina (BCRA). Los principales destinos de dichos fondos son el pago de cheques diferidos, financiamiento de capital de trabajo y pago de salarios. En cuanto a la tasa del préstamo, es una tasa fija del 24% durante un año, subsidiada por el estado nacional y con un período de gracia de tres meses. Para acceder a los beneficios financieros de dicho programa es requisito indispensable contar con el certificado "MiPyme". Para profundizar en el análisis de dicha política financiera enfocada a las PyMES, podemos decir que, en base a un relevamiento realizado por la Cámara de Comercio e Industria de Salta y según expreso expresó Daniel Betzel, presidente de la Cámara de Comercio e Industria de Salta (CCeIPS) en la capital salteña el 10% de los comercios pudo acceder a esta línea de crédito y en el interior de la provincia sólo el 9%. Al indagar sobre los principales inconvenientes para acceder a dicha herramienta financiera sobre una muestra de 600 empresas radicadas en nuestra provincia, el 31% de las mismas manifestaron que su entidad bancaria no

les ofreció dicha línea de créditos o que no pudieron contactar al banco; el 13% de los encuestados manifestó que no se encontraba en condiciones de asumir el crédito a la tasa propuesta, mientras que el 19% expresó que no se encuentra en condiciones de asumir un crédito a ninguna tasa. En cuanto al relevamiento en el interior de la provincia de Salta, el 30% de los comercios manifiesta que no le ofrecieron la línea bancaria o no pudieron contactar al banco, el 14% no se encuentra en condiciones de asumir un crédito a la tasa propuesta, mientras que el 28% no se encuentra en condiciones de asumir un crédito a ninguna tasa.

Otro dato importante a resaltar es que el 48% de las empresas que buscaron acceder a líneas bancarias instrumentadas por el Estado nacional en nuestra provincia tienen entre 1 y 5 empleados registrados, lo que pone de manifiesto, tal como se viene evidenciando en los análisis realizados desde el observatorio, que uno de los principales sectores afectados fueron las micropymes tanto del sector comercial, vitivinícola y, aún más, del sector turístico, que en estos últimos meses comienza a mostrar señales de recuperación. En relación al porcentaje restante de comercios que tienen hasta 25 empleados registrados representan el 90%, entre 26 y 60 empleados registrados un 8% y empresas con 61 y 100 empleados o más registrados solo un 2%.

Otra de las políticas implementadas con impacto en la economía de nuestra provincia y que resulta valioso analizar es el **Programa Nacional de Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción (ATP)**: Dicho Programa fue creado mediante el Decreto 332/2020 (B.O. 01/04/2020) y modificado por el Decreto 376/2020 (B.O. 21/04/2020), en el marco del DNU 260 (B.O. 12/03/2020), con el objetivo de dar alivio económico inmediato a aquellas empresas y trabajadores afectados directamente por la caída de la actividad económica luego de las medidas de contingencia implementadas durante la Emergencia Sanitaria, como un enfoque del Estado nacional para mantener los procesos productivos del país y garantizar el sostenimiento del empleo en las actividades económicas más severamente afectadas por la crisis sanitaria. Para resumir los beneficios de dicha política podemos decir que el programa consiste en la obtención de uno o más de los siguientes beneficios: postergación o reducción de hasta el 95% del pago de las contribuciones patronales al Sistema Integrado Previsional Argentino, un salario complementario abonado por el estado nacional para los trabajadores y las trabajadoras en relación de dependencia del sector privado, crédito a tasa cero para personas adheridas al monotributo y para trabajadores autónomos en las condiciones que establezcan la Jefatura de Gabinete de Ministros y el Banco Central de la República Argentina con subsidio del 100% del costo financiero total, créditos a tasa subsidiada convertible para las empresas con variación negativa en su facturación, con una tasa de interés del 27% para aquellas cuya variación positiva en la facturación haya estado entre el 0% y el 35% y registren menos de 800 empleados, con una tasa de interés del 33%. Todo en base a la comparación de la facturación del mes de septiembre de 2019 con el mismo período del

corriente año 2020. Dichos créditos constan de tres meses de gracia a devolver en 12 cuotas fijas, siendo el monto máximo de \$22.680 por cada trabajador que integre la nómina al 30 de septiembre de 2020. Así mismo las empresas beneficiarias de los créditos a tasa subsidiada convertible del 15 % otorgados en septiembre, que en los 12 meses siguientes mantengan los puestos de trabajo o generen nuevos, pueden recibir un reintegro que cubrirá parcial o totalmente el valor de este crédito. El reintegro correspondiente se realizará después del pago de la última cuota del crédito a través de un aporte no reembolsable (ANR). Con respecto al monto del reintegro y las metas de empleo que cada empresa deberá cumplir dependen de la cantidad de empleados que tenga en promedio durante el cuarto trimestre de 2020.

Otras de las políticas utilizadas para enfrentar la crisis derivada del COVID19 es el **Sistema integral de prestaciones por desempleo**, según el cual los trabajadores que reúnan los requisitos previstos en las leyes nacionales números 24.013 y 25.371 accederán a una prestación económica por desempleo. Dichas prestaciones consisten en la entrega de una suma de dinero con un rango de montos máximos y mínimos y, para acceder al beneficio, las empresas deberán acreditar uno o varios de los siguientes criterios: tener actividades económicas afectadas en forma crítica en las zonas geográficas donde se desarrollan, una cantidad relevante de trabajadores y trabajadoras contagiadas por el COVID 19 o en aislamiento obligatorio o con dispensa laboral por estar en grupo de riesgo u obligaciones de cuidado familiar relacionadas al COVID 19 y, por último, una sustancial reducción en su facturación con posterioridad al 12 de marzo de 2020.

Así mismo, es importante mencionar que en nuestra provincia además del ATP otorgado por el gobierno nacional, se sumó el **ATP implementado por el gobierno provincial**, lanzado a fines de septiembre del año 2020. Según datos relevados por el ministerio de economía de la provincia de Salta, con la implementación de esta política económica provincial se beneficiaron 337 empresas y 4000 trabajadores, por un total de 37 millones de pesos, según datos al mes de noviembre de 2020. Asimismo, de las 1.872 empresas salteñas que accedieron al salario complementario de la quinta modalidad del ATP nacional, solo 337 tuvieron acceso al beneficio provincial, considerando la cantidad de empleados, solamente 4.000 de los asalariados de esas empresas obtuvieron el subsidio previsto por la política provincial, contra los 15.679 que habían recibido el aporte nacional, equivalente a entre uno y dos salarios mínimos vitales y móviles. Esto significa que el 18% de las empresas y el 25% de los trabajadores salteños que recibieron el ATP 5, que fue utilizado como parámetro para el otorgamiento del beneficio provincial, pudieron acceder a este último. Se generó así, mediante la política provincial, un apalancamiento de las medidas nacionales, lo que va permitiendo potenciarlas en cuanto al efecto de recuperación de la economía provincial que se pretende.

Con respecto al **Programa de Recuperación Productiva (REPRO)**, brinda una herramienta financiera a empresas que estén atravesando una situación de crisis, siendo esto un requisito excluyente para aplicar. Además, estas organizaciones deberán detallar las acciones que piensan desarrollar para su recuperación, y comprometerse a no despedir personal y mantener la nómina total de trabajadores. Dicha herramienta brinda a los trabajadores de las empresas, una suma fija mensual remunerativa de hasta un monto equivalente al salario mínimo, vital y móvil por trabajador actualizado a la fecha del otorgamiento, por un plazo de hasta 12 meses, destinada a completar el sueldo de su categoría laboral. El pago lo realiza la ANSES en forma directa a cada beneficiario.

Otro de los programas de política económica y financiera es la **línea de créditos para microemprendedores COVID 19**, otorgada por el Ministerio de Economía y Servicios a través del Ministerio de Producción y Desarrollo Sustentable. Consiste en una línea de hasta 50 mil pesos que está destinada a financiar inversiones en capital de trabajo requeridas por microempresas, monotributistas y autónomos, para reactivar sus actividades comerciales. Está dirigida especialmente a aquellas personas o empresas cuya actividad se haya visto afectada como consecuencia del aislamiento social, preventivo y obligatorio (ASPO), y no hayan sido incluidos en ninguno de los programas de asistencia establecidos por el estado nacional, provincial o el Consejo Federal de Inversiones. Para asistirlos, el gobierno provincial destinó una partida de 100 millones de pesos. No podrán acceder a estos créditos, sectores cuya actividad haya sido declarada exceptuada por el gobierno nacional. Los créditos son otorgados a un plazo máximo de 12 meses, incluyendo tres meses de gracia y luego nueve pagos mensuales. No devengan intereses salvo mora en la devolución y se otorgan a través de garantía solidaria.

A continuación, desarrollamos de manera particular las medidas de política económica específicas implementadas en nuestra provincia para el sector turístico. Como ya mencionamos al inicio de este trabajo, el turismo es una actividad de gran relevancia para el desarrollo económico de nuestra región, siendo generadora no sólo de ingresos, sino también de empleo. Es una actividad que fue definida como estratégica en cuanto a las políticas de estado de la provincia de Salta y desde que el coronavirus se presentó como una amenaza, se elaboraron en forma conjunta con los municipios, las cámaras y asociaciones turísticas, estrategias para el sector turístico en Salta, además de acciones para afrontar durante las restricciones de circulación establecidas por razones sanitarias evaluando las tendencias del nuevo turista que ya se perfila con otros hábitos de consumo.

Dando cuenta de la importancia estratégica del sector turístico en nuestra provincia y como medidas para dinamizar la economía de las regiones turísticas, resulta importante destacar entre las políticas públicas, la obra de pavimentación de la ruta nacional número 40, en un tramo de 50 kilómetros en una primera etapa.

La importancia de dicha obra radica en mejorar la accesibilidad del corredor turístico de los Valles Calchaquíes, destino preferido por los turistas que visitan Salta.

Asimismo, una de las medidas implementadas para el sector es el plan **“Compra hoy, viaja mañana”**, desde el Ministerio de Turismo y Deportes de la provincia de Salta, que propuso la venta anticipada de paquetes turísticos a los diferentes destinos de nuestra provincia permitiendo que luego los turistas puedan disfrutarlo de manera posdatada hasta el mes de abril del año 2021. En este sentido, el presidente de la Cámara de Turismo, Carlos Eckhardt, se refirió a esta iniciativa: “Compra hoy y viaja mañana es el resultado de un trabajo mancomunado entre el sector público y privado, que ofrece en condiciones excepcionales la posibilidad de volver a Salta una herramienta para paliar esta crisis. El sector del emprendedurismo del turismo está listo y pronto a trabajar en forma mancomunada, como lo ha hecho siempre, buscando una puerta de salida a una situación de amplia complejidad” (El Tribuno, Diciembre 2020).

Sumado al Plan Compra hoy y viaja mañana se lanzó también la Resolución 498/2020. Dicha resolución permite que los viajes de turismo estudiantil se podrán reprogramar por 12 meses y deberán respetar la calidad y valores convenidos. Dichos viajes de acuerdo a las reprogramaciones de los viajes de turismo estudiantil deberán realizarse en un plazo de 12 meses posteriores al levantamiento de las medidas restrictivas de circulación y deberán respetar la estacionalidad, calidad y valores convenidos en las cláusulas pactadas de los contratos originales, con el objetivo de que el sector turístico no pierda los ingresos derivados de la franja de mercado turismo estudiantil que representa un sostén importante para los prestadores del sector.

Dando continuidad a estas políticas pos COVID19 el Ministerio de Turismo y Deportes de la provincia de Salta se encuentra convocando a los alojamientos turísticos, los alquileres de vehículos, las empresas de viajes y turismo (EVT-AT), los prestadores de turismo aventura y los emprendimientos de turismo comunitario -debidamente habilitados- de la provincia, a subir la oferta de sus productos a la plataforma virtual ([www.voyasalta.com.ar](http://www.voyasalta.com.ar)). El objetivo de este mercado digital es lograr liquidez inmediata, ofreciendo y vendiendo su oferta hoy para que el turista pueda usarlo en el futuro, con una vigencia de un año, como ya mencionamos. De esta manera, se pretende que el sector turístico de nuestra provincia logre un alivio financiero ante la crisis que atraviesa luego de las restricciones sanitarias. Es importante mencionar que la utilización de dicha plataforma no tiene costo para los prestadores del sector turístico provincial. Para el diseño de este plan estratégico se tomó como fuente de datos una encuesta respondida por 1000 personas en Argentina, la cual se realizó a través de plataformas digitales y con un cuestionario semiestructurado, de cuyos datos se puede concluir que el 69% de los argentinos viajaría durante este año luego de la emergencia sanitaria y que el 61% está interesado en comprar una promoción anticipada para visitar Salta.

Otras de las políticas implementadas es el programa de **Pre Viaje**, que tiene como objetivo fomentar la demanda de turismo interno y dinamizar la economía en la etapa pospandemia. Mediante esta política el Estado nacional entregará un crédito equivalente al 50% de las compras realizadas en turismo para gastos de consumo en el sector durante 2021. Asimismo, el **Plan de Auxilio, Capacitación e Infraestructura para el Turismo** (PACIT) está compuesto por tres fondos que se complementan para proteger al sector e incentivar el dinamismo económico del mismo para que se convierta en uno de los motores de recuperación y reactivación económica. Se trata de una inversión de más de \$4.500 millones que incluye el fondo de auxilio y capacitación turística (FACT), con beneficios por \$3.000 millones para aproximadamente 2.500 MiPyMES a nivel nacional con el objetivo de lograr proteger más de 38.000 empleos y capacitar a trabajadores y trabajadoras del sector turístico, otorgando un sueldo mínimo, vital y móvil por empleado/a, por mes, durante seis meses. El fondo de **Auxilio para Prestadores Turísticos** (APTur), con aportes por \$300 millones para apoyar a 6.500 prestadores y prestadoras de actividades turísticas complementarias, como guías y agentes de viajes. Y el **Plan 50 Destinos** abarca obras de infraestructura turística en las 24 provincias del territorio nacional, estimando destinar \$1200 millones con el objetivo de dinamizar la actividad, con mejoras que fortalezcan la oferta turística y fomenten la competitividad sectorial.

Otra de las políticas implementadas por el Estados nacional y con una buena recepción en nuestra provincia es el **Fondo de Promoción Turística** (FonProTur) que tiene por objetivo volver a proyectar los destinos argentinos en el mundo tras el efecto de la pandemia. Consiste en un fondo de \$45 millones, que aporta el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR) y que se distribuirá equitativamente entre todas las provincias para que puedan registrar material audiovisual de sus principales destinos. Dicho material será utilizado por el Ministerio de Turismo y Deportes y el Inprotur para sumar acciones que fortalezcan a las estrategias de promoción internacional de Argentina y mostrar nuestros destinos turísticos al mundo.

Con respecto a políticas directas de aportes para trabajadores y trabajadoras del sector turístico para afrontar la crisis de actividad por COVID19, podemos mencionar los pagos de \$10 mil extras a trabajadores y trabajadoras de turismo. Mediante la resolución 536/2020, el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social establece el otorgamiento de una asistencia destinada a aquellos y aquellas que se desempeñen en trabajos de temporada, vinculados a las actividades turísticas de invierno. Se trata de una ayuda económica de emergencia y la prestación es por un período de dos meses.

Es importante destacar que a partir de la crisis ocasionada por la pandemia de COVID19 comenzó a darse una articulación muy importante entre los diferentes organismos del sector público y el sector privado de manera de potenciar las acciones para enfrentar la situación económica crítica. Un ejemplo

de ello es la creación del **Consejo Interministerial para la apertura progresiva y responsable del turismo**, encabezado por el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, que cuenta con representantes de los Ministerios de Salud, de Obras Públicas, de Seguridad, de la Secretaría de Medios y Comunicación Pública, y de todas las provincias. Este funcionará mientras exista la emergencia pública en materia sanitaria declarada con motivo de la pandemia del COVID-19 y constituirá un espacio consultivo y multidisciplinario, cuyo objeto será proponer estrategias, medidas y recomendaciones para la reactivación de la actividad turística en todo el territorio nacional.

Asimismo, en nuestra provincia se conformó el **Observatorio de Turismo Interno**, con el objetivo de contar con una herramienta que permita conocer y perfilar a los turistas argentinos, sus estados de ánimo, intereses, hábitos, necesidades y predisposición a viajar. El Observatorio orienta sus objetivos tanto a medir el impacto de la coyuntura, como a favorecer una mejor comprensión estructural del turista argentino, en articulación con el sector privado.

Finalmente, con respecto al sector **vitivinícola** no se verificaron políticas económicas de emergencia especialmente diseñadas para dicho sector de la actividad económica en nuestra provincia, ya que durante el transcurso de la pandemia la decisión del Gobierno fue mantener activa la producción de bienes agropecuarios y de alimentos, así como su procesamiento, distribución minorista y comercio exterior. Dicha excepción a las distintas restricciones de las actividades económicas y sociales se debe a que las cadenas agropecuarias no pueden suspenderse, pues son indispensables para la alimentación de la población y para la generación de ingresos de exportación. Así es que el sector vitivinícola en nuestra provincia no se vio afectado como el resto de los sectores por las restricciones sanitarias establecidas, incluso se podría afirmar, como indica este trabajo, que el mercado interno tuvo un muy buen desempeño desde el inicio de la pandemia y, más aún, el mercado de vinos para exportación, sobre todo en las variedades de altura.

#### **4.1 Consideraciones finales**

A modo de resumir y resaltar algunas consideraciones a las cuales podemos arribar mediante el análisis realizado por nuestro observatorio de la actividad económica en nuestra provincia luego de la aparición de la pandemia de COVID19, a continuación, resaltamos algunos datos e información expresada ya anteriormente en esta investigación. En primer lugar, respecto al sector comercial durante al año 2020 es importante mencionar que la caída en el nivel de empleo continuó acentuando la pendiente negativa, siendo la caída del 3,1% en dicho sector para el segundo semestre de dicho año, respecto del primer semestre del mismo año.

En cuanto al sector vitivinícola, sigue teniendo la menor tasa de empleo de los tres sectores bajo estudio y registró una caída del 12,3% en la comparación del primer y segundo trimestre de 2020, debiendo señalarse que se evidencia una caída mayor a la habitual para los períodos pos cosecha. Respecto al sector turístico, claramente a partir del segundo trimestre del año 2020 se comienza a evidenciar el efecto del confinamiento, en comparación del primer y segundo semestre del año 2020 donde se registra una caída del 10,5% del nivel de empleo.

Otro aspecto importante a destacar es la aceleración de los precios de venta de los bienes y servicios comercializados por los tres sectores observados en nuestra provincia, destacándose un incremento mayor en la curva del sector comercial, tal como se puede observar en los gráficos de curvas presentados. El rubro que más apalancó la pendiente de la curva fue el de los alimentos y bebidas que traccionaron fuertemente el índice de precios para el sector comercial a la alza a partir de los meses mencionados.

En cuanto a los niveles de venta del sector comercial, es de suma importancia observar aquí que las ventas durante los meses de pandemia en los diferentes rubros superan a los niveles del año 2019, destacándose los rubros almacén, electrónicos y artículos para el hogar. Pero aquí debemos aclarar que, a pesar de ello, el desempeño total del sector comercial tuvo niveles inferiores durante el 2020 respecto al año anterior y esto se debe a que la mejor situación de ventas de los comercios de grandes superficies y sus canales electrónicos de comercialización no lograron compensar la caída de los pequeños y medianos comercios que representan gran parte del volumen que opera el sector comercial en su conjunto. Es importante destacar que los comercios pequeños fueron los mayores afectados durante esta crisis debido a las restricciones sanitarias y continúan actualmente con una crisis muy importante. Como ya se ha señalado en el informe, el sector comercial presentó una cantidad importante de bajas comerciales para los primeros siete meses del año 2020, correspondiendo la mayor parte de dichas bajas a pequeños comercios del macro y micro centro de la capital salteña, con muy poca afectación de bajas en los comercios de grandes superficies. Tal como se indicó, en la dinámica de los locales comerciales presentada, durante los meses de restricciones de circulación hubo un incremento de casi un 5% en los valores porcentuales de locales comerciales vacíos en la ciudad de Salta, cerrando al mes de octubre con 634 locales comerciales de venta vacíos, lo que representa un 16% del total del muestreo que viene utilizando la Cámara de comercio y la industria en el relevamiento bimestral realizado durante dichos meses del año 2020, lo que constituye la cifra porcentual más alta de los últimos 8 años.

Como reflejo de lo analizado para los niveles de venta, resulta relevante para el análisis de la economía provincial lo sucedido con la recaudación tributaria. Allí vemos que en las comparaciones semestrales de la recaudación tributaria del año 2019 versus el 2020, se ven caídas muy significativas, destacándose el sector

turístico que marcó un récord histórico en el nivel de la caída recaudatoria, promediando un 50% menos de recaudación para el primer semestre, según los datos obtenidos en nuestro relevamiento en la Dirección General de Rentas de la provincia.

En cuanto al sector vitivinícola, como dato relevante en el desempeño del mercado interno podemos ver que, si bien el volumen de venta de vino blanco tuvo una caída del 1,5% con respecto al año 2019, el volumen de ventas del vino de color tuvo un muy buen desempeño, contabilizando al mes de noviembre de 2020 un incremento del 4,2%. En la sumatoria total anual al mes de noviembre de 2020 se registra un incremento del 1,4% de los volúmenes de venta. Con respecto al mercado externo de vinos en nuestra provincia el efecto de la crisis generada por la pandemia fue mayor que en el mercado interno, ya que mientras en 2019 se habían exportado 47.609 hectolitros con un valor FOB en miles de dólares de 23.784, durante el año 2020 se registró una caída del 4,7% en el volumen exportado y del 12,2% en U\$S a valor FOB.

Finalmente, y como se muestra en los datos presentados a lo largo de este trabajo, el sector turístico sin dudas fue el más golpeado de los sectores en observación y su actividad fue prácticamente nula a partir del mes de marzo de 2020. Como resultante se desplegaron importantes políticas destinadas al mismo, destacándose el dato de que Salta fue la primera provincia argentina en obtener el sello internacional *Safe Travels* (Destino Seguro), otorgado por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo bajo las pautas de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Se trata de un conjunto de protocolos diseñados con el fin de que los distintos destinos y prestadores turísticos sigan medidas estandarizadas que permitan brindar seguridad a los turistas. Junto a ello, con el objetivo de comenzar a reactivar el sector, se diseñó durante el año 2020 el Plan de Reactivación Turística presentado por el Ministerio de Turismo y Deportes provincial y que cuenta con la aprobación de la cartera de Salud Pública y el Comité Operativo de Emergencia, el cual consta de un proceso con 4 etapas para lograr la recuperación de esta actividad económica. Al cierre de este informe los datos preliminares relevados desde el observatorio evidencian una importante reactivación de los principales destinos turísticos de nuestra provincia, con algunos destinos -como Cachi y Cafayate en los Valles Calchaquíes- que reportan ocupaciones superiores al 70%, según datos provisorios del relevamiento de la encuesta hotelera de la provincia.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

Abel, Adrew B. y Bernanke, Ben S. Macroeconomía. 4° ed. Trad. Esther Rabasco. Pearson Educación. 2004, Madrid España.

Alzúa, M. y Gosis, P. (2020). Impacto Social y Económico de la COVID-19 y Opciones de Políticas en Argentina, Serie de documentos de política pública, PNUD

Amar, A. y Erbes, A. (2019) "Territorio y desarrollo en la Argentina: las brechas estructurales de desarrollo en la provincia de Salta", Documentos de Proyectos (LC/TS.2019/102), Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Amar, A. y Erbes, A. (2019) "Territorio y desarrollo en la Argentina: las brechas estructurales de desarrollo en la provincia de Salta", Documentos de Proyectos (LC/TS.2019/102), Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Beker, Víctor (2020). "El impacto del Covid-19 en la economía global". CENE - Centro de Estudios de la Nueva Economía. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Belgrano.

Beker, Víctor (2020). "El coronavirus y la economía argentina". CENE - Centro de Estudios de la Nueva Economía. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Belgrano.

Bonfiglio, J., Salvia, A., y Vera, J. (2020). Empobrecimiento y desigualdades sociales en tiempos de Pandemia, Serie impacto social de las medidas de aislamiento obligatorio covid19 en el Área metropolitana de Buenos Aires, Observatorio de la Deuda Social, Universidad Católica Argentina

Boumans, Marcel y John B. Davis (2010), Economic methodology, model-taiiding econonzics as a science, Inglaterra, Palgrave Macmillan.

Casalis, A. F. (2021). "La Economía Social y Solidaria en Argentina frente a los desafíos del Covid-19: iniciativas, políticas públicas y la contribución al desarrollo". Temas De Economía, 161-183: Universidad Iberoamericana.

CEPAL Informe especial COVID-19 N° 2, Dimensionar los efectos del COVID-19 para pensar en la reactivación (2020).

Cepeda, H. y Robbio, J.: "La experiencia internacional en el tratamiento de la problemática regional y de la pequeña y mediana industria: Algunos comentarios sobre el caso argentino", Fundación Unión Industrial Argentina, Buenos Aires, 1995.

Cepeda, H. y Yoguel, G.: "Las PYME frente a la apertura externa y el proceso de integración subregional: un desafío de reacomodamiento competitivo", CEPAL, Documento de Trabajo N° 13, Buenos Aires, diciembre de 2003.

Cimoli, Mario (2020). "Medidas de recuperación del sector turístico en América Latina y el Caribe: una oportunidad para promover la sostenibilidad y la

resiliencia”. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), División de Comercio Internacional e Integración.

Cuadrado Juan R., et al. Política Económica: Elaboración, objetivos e instrumentos. 3° ed. McGraw. 2006, Madrid España.

Dornbusch Rudiger, Fischer Stanley y Startz Richard. Macroeconomía. 10° ed. Trad. Francisco Javier Dávila Martínez. McGraw-Hill. 2009, México.

Ernst, Christoph y López Mourello, Elva (2020). “El COVID-19 y el mundo del trabajo en Argentina: impacto y respuestas de política”. Buenos Aires, Argentina: Organización Internacional del Trabajo.

FAO (2011) “Informe del Foro Regional de Agroindustrias en América Latina: Por una agroindustria competitiva, innovadora e incluyente”, Roma.

FAO (2014) “Developing sustainable food value chains – Guiding principles”, Roma.

FMI, informe “Perspectivas de la Economía Mundial” octubre 2020.

González Blasco, P. (1994). “Medir en las ciencias sociales”, en M. García Ferrando et al., El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. Madrid: Alianza Universidad Textos.

Hernández Sampieri, R. y Mendoza, Christian P. Metodología de la investigación. 1° ed. McGraw-Hill. 2018, México.

ADB. (2020). Instrumentos de financiamiento para las micro y medianas empresas.

Hevia, Constantino y Neumeyer, Andy (2020). “Un marco conceptual para analizar el impacto económico del COVID-19 y sus repercusiones en las políticas”, SERIE DE DOCUMENTOS DE POLÍTICA PÚBLICA (PNUD LAC C19 PDS N° 1), PNUD América Latina y el Caribe.

Info PYME. (1998). ¿Cómo son y qué necesitan las pymes? Un punto de partida para el diseño y la implantación de políticas. University of Texas, (Volumen 1). EEUU: [s.n].

Irigoyen, H. & Puebla, A. (2016) Pymes, su economía y organización. (1era Edición). Buenos Aires: Macchi.

Jorrat Juan M., Jarra Norma M. y Horrt Claudia M. Ciclos económicos y sistemas de indicadores líderes y coincidentes. 1997.

Mankiw, N. Gregory. Principios de Economía. 6° ed. Trad. Ma. Guadalupe Meza y Staines Ma. del Pilar Carril Villarreal. Cengage Learning .2012, México.

Manzanelli, Pablo Calvo, Daniela y Basualdo, Eduardo M. “Un balance preliminar de la crisis económica en la argentina en el marco del coronavirus”, CIFRA y FLACSO, Documento de Trabajo N° 17, Buenos Aires, junio de 2020.

Mauro, M.; Lago Martínez, S.; De Luca, A. y. De Sena, A. (2003). “Los errores no muestrales en la técnica de encuesta”, en S. Lago Martínez, G. Gómez Rojas y M. Mauro (coords.), En torno de las metodologías: abordajes cualitativos y cuantitativos. Buenos Aires: Proa XXI Editores.

Ministerio de Hacienda y Finanzas Públicas de la Nación (2017) “Informes productivos provinciales. Salta”, Año 2, Número 12, Marzo.2017

Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de la Nación (2014) “Informe Productivo Provincial”, Abril 2014.

Morcillo Monchón Francisco y Beker Víctor Alberto. Economía, principios y aplicaciones. 4° ed. McGraw-Hill. 2008, México.

Neffa, J. (2007). Microcrédito, instituciones de financiamiento y microempresas en la Argentina actual. FONCAP. CEIL-PIETTE, Buenos Aires. [s.n].

Ocampo, Rolando y Bárcena, Alicia (2020). “Continuidad del levantamiento de las encuestas de hogares tras la coyuntura de la enfermedad por coronavirus (COVID-19)”. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), División de Estadísticas.

Ocampo, Rolando y Bárcena, Alicia (2020). “Recomendaciones para eliminar el sesgo de selección en las encuestas de hogares en la coyuntura de la enfermedad por coronavirus (COVID-19)”. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), División de Estadísticas.

ONU (2020). “Análisis inicial de las Naciones Unidas COVID-19 en Argentina: Impacto socioeconómico y ambiental”, Informe, Argentina.

Pena Trapero, B. (1977). Problemas de la medición del bienestar y conceptos afines. Una aplicación al caso español. Madrid: Instituto Nacional de Estadística (INE).

Rodríguez M., Victoria y Héctor R. Níñez E. (2010), Economía con un enfoque constructivista, México, Plaza y Valdez Editores.

Samuelson, Paul A y Nordhaus, William D. Economía con aplicaciones a Latinoamérica. 19° ed. Trad. Adolfo Deras Quiñones. McGraw-Hill. 2010, México.

Sánchez, A., y Nava, R. M. (2020). “Perspectiva de las PYMES Restauranteras en el escenario actual de la crisis del COVID-19”. Investigación y pensamiento crítico. Edición Especial COVID-19: Empresa, China y Geopolítica.

Sierra Bravo, R. Tesis Doctorales y Trabajos de Investigación Científica, España, Paraninfo Editores.

Sierra Bravo, R. Técnicas de Investigación Social, España, Paraninfo Editores.

Sierra, JR (2020). “Una aproximación (geo) politológica a la crisis de la covid-19 en América Latina”. Revista de Geografía Latinoamericana 19 (3), 194-201.

Strauss, A. y Corbin, J. (2002). Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Medellín: Universidad de Antioquia.

Vaca, Edgardo Daniel y Veritier, María Gisela (2020). “La vulnerabilidad de la economía argentina ante la crisis del COVID-19”. V Congreso Virtual Internacional Desarrollo Económico, Social y Empresarial en Iberoamérica: Universidad Nacional de Córdoba.

Wiesner D., Eduardo (2010), La economía política de la política macroeconómica en América Latina, Colombia, Ediciones Unidades, Banco de la República.

### **5.1 Otras fuentes consultadas**

Dirección General de Estadísticas y Censo de la Provincia de Salta.  
Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.  
Cámara de Comercio e Industria de la Provincia de Salta.  
Cámara de Pequeños y Medianos Empresarios de Salta.  
Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial.  
Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.  
Colegio Único de Corredores Inmobiliarios de Salta.  
Ministerio de Producción y Desarrollo Sustentable de la provincia de Salta.  
Instituto Nacional de Vitivinicultura delegación Cafayate.  
Ministerio de Turismo y Deportes de la provincia de Salta.  
Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria - AER Cerrillos.  
Universidad Nacional de Salta.