

SALTA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

PROYECTO:

“REACTIVACIÓN DEL OBSERVATORIO
ECONÓMICO Y PUESTA EN VALOR DEL SISTEMA DE
ESTADÍSTICAS SECTORIALES”

INFORME FINAL N° 3

Mayo, 2019

Cámara de Comercio e Industria de la Provincia de Salta

Ignacio Agustín Galará – Martín Daroca Aparicio

I. ÍNDICE

I.	Índice	1
II.	Introducción	2
III.	Desarrollo Institucional	3
i.	Misión.....	4
ii.	Visión.....	4
iii.	Objetivos	4
iv.	Estructura actual Observatorio Económico	4
v.	Marco actual de trabajo	5
IV.	Cumplimiento de actividades programadas	6
vi.	Fase 1.....	6
vii.	Fase 2.....	6
viii.	Fase 3.....	6
	Relevamientos en ejecución.....	7
	Productos programados	23
	Investigaciones científicas	26
V.	Repercusiones	28
I.	Rendición de cuentas.....	¡Error! Marcador no definido.

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Mapa de zonas y manzanas de relevamientos en centro comercial de la ciudad	10
---	----

Índice de Tablas

Tabla 1: Ingresos y erogaciones Observatorio Económico – mayo-18 – abril-19	¡Error! Marcador no definido.
---	--------------------------------------

II. INTRODUCCIÓN

La Cámara de Comercio e Industria de la Provincia de Salta (CCeIPS) es una institución que desde 1906 acompaña, e interviene, activamente, en el desarrollo del Comercio y la Industria de la Provincia de Salta. A lo largo del tiempo ha identificado, eficazmente, las necesidades de los empresarios del sector y ha otorgado respuesta a las mismas. En la actualidad, la CCeIPS ya agrupa a más de 1000 socios (activos y adherentes) y 26 cámaras y asociaciones. Esto indica que es la cámara de mayor representatividad en la Provincia.

Desde hace una década, la CCeIPS ha identificado la necesidad de sistematizar el conocimiento sectorial teniendo en cuenta dos ejes fundamentales. El primer eje se refiere al seguimiento de la evolución sectorial del comercio y de la industria mediante la producción, compilación y evaluación de información estadística. Mientras que el segundo eje apunta a promover la realización de estudios y análisis específicos que contribuyan al desarrollo de estos sectores.

En respuesta a esta necesidad, la CCeIPS ha impulsado en el año 2012 la creación de un observatorio económico, cuya función esencial es la de sistematizar la información y conocimiento existentes sobre los sectores Comercio e Industria, a la vez que producir nueva información.

Se ha valorado que disponer de este tipo de información, en forma periódica, permitirá:

- Agregar valor a los resultados que produce la CCeIPS para sus asociados, tanto en el corto como en el largo plazo.
- Contribuir a la mejora, y fortalecimiento, de la competitividad del tejido empresarial.
- Brindar orientación para futuras acciones de fortalecimiento del desarrollo regional.
- Enriquecer los espacios de discusión institucional y afianzar las esferas de intercomunicación a fin de lograr mayor fluidez y eficiencia en la generación de propuestas que involucren al sector.

Este Observatorio ha generado contenidos y estudios en forma sistemática entre 2012 y 2015. A finales de 2015 y durante todo 2016 la estructura del mismo debió disolverse atendiendo a la necesidad de disponer de recursos, principalmente capital humano, abocado al desarrollo de capacitaciones, atender la asignación de líneas de financiamiento para socios, y responder a necesidades inmediatas de los

nuevos socios en un escenario desafiante para el sector producto de desequilibrios macroeconómicos, como la inflación, la devaluación, los cepos cambiarios y a las importaciones, que afectaron la actividad sectorial.

Más allá de esta coyuntura, la Cámara apostó a continuar con ciertos estudios y relevamientos específicos y fundamentales para la institución, mediante una serie de consultorías externas desarrolladas en los años en que el Observatorio no funcionó con su estructura tradicional.

A fines de 2016 se inició el desarrollo de una propuesta que permita reactivar este órgano, con una estructura que le permita ser sostenible en el tiempo, independientemente de los cambios de gestión directiva en la institución, en un formato mixto que distribuye la carga en un área operativa, compuesta por analistas junior y encuestadores, con base física en el edificio de la Cámara, y un área técnica, compuesta por analistas senior quienes realizan el trabajo de manera satélite, con presentaciones una vez por trimestre en las reuniones de Comisión Directiva (antes de la entrega de cada informe de avance a CFI).

Para lograr lo anterior, la Cámara de Comercio e Industria de la Provincia de Salta ha solicitado un financiamiento con el objeto de diseñar esta estructura, conformar un equipo idóneo para la misma y poner en marcha nuevamente el Observatorio Económico. Este financiamiento ha tenido una primera entrega, por el 15% del presupuesto anual pactado, a finales de abril de 2018, dando inicio a la primera etapa del Observatorio Económico. Los resultados de este período inicial se muestran a continuación en el presente documento.

III. DESARROLLO INSTITUCIONAL

Este nuevo Observatorio Económico surge con la intención de relanzar el trabajo que se había realizado entre los años 2012 y 2015 en la Cámara de Comercio e Industria de la Provincia de Salta, dando continuidad a una serie de relevamientos e indicadores del Sector Comercio, Industria y Servicios, e incorporando nuevos estudios y análisis que responden a la dinámica sectorial actual.

El foco está puesto en la generación y provisión de información descriptiva y analítica sobre esta dinámica sectorial, que sea de utilidad para el Consejo Directivo de la Institución, sus socios directos, Cámaras asociadas, socios indirectos a través de estas cámaras, organismos del sector público, organizaciones sociales, interesados del sector privado y el público en general.

El eje de trabajo del Observatorio es generar esta información aplicando relevamientos simples, con el máximo aprovechamiento de los datos recolectados, y con instrumentos de procesamiento y analíticos que permitan obtener reportes rápidos y claros, a fin de brindar esta información de manera oportuna, con eficiencia de procesos y costos, a fin de conformar un Observatorio Económico sostenible en el tiempo, que pueda funcionar con los financiamientos y recursos que la Cámara de Comercio e Industria puede disponer.

i. Misión

Crear un sistema de estadísticas e indicadores sectoriales pertinentes y oportunos para observar, dar seguimiento y analizar la realidad coyuntural del comercio, los servicios y la industria en la Provincia de Salta, permitiendo la toma de decisiones de los agentes de interés y el desarrollo de políticas sectoriales de impacto.

ii. Visión

Ser referentes en la generación y provisión de información confiable y de calidad a nivel sectorial y provincial.

iii. Objetivos

- Elaborar estadísticas descriptivas que reflejan oportunamente la realidad de los sectores comercio, industria y servicios en la Ciudad de Salta.
- Generar series de indicadores de diferentes variables económicas de interés para el seguimiento de la coyuntura sectorial.
- Redactar informes de análisis que combinen estadísticas e indicadores a fin de proveer un análisis profundo de esta coyuntura.
- Generar un sistema georeferenciado de indicadores de interés para el análisis de las relaciones espaciales entre los diferentes actores y variables económicas.
- Incorporar en forma gradual y en el plazo de 1 año observaciones del resto de la Provincia de Salta, para obtener representatividad provincial.
- Analizar con una mirada local estadísticas e indicadores de fuentes secundarias que puedan resultar de utilidad para los procesos del Observatorio.

iv. Estructura actual Observatorio Económico

2 economistas senior especialistas en el área de análisis macroeconómico y microeconómico respectivamente, quienes dirigen y coordinan el Observatorio;

1 analista junior, quien realiza los relevamientos en campo y se desempeña como *data entry*,

1 encuestador *part time*, que complementa las tareas de levantamiento de información, fidelización de informantes y *data entry*.

v. Marco actual de trabajo

A fin de contextualizar los resultados a presentar en este informe, es importante remarcar aquellos compromisos asumidos con la institución a través de la reunión mantenida el 27 de diciembre de 2018 entre el Economista en Jefe del Observatorio Económico y el Vicepresidente primero de la Cámara, Sr. Jorge Vian, quien subrogaba en ese momento al presidente Daniel Betzel, luego de aprobar los avances y resultados del proyecto que se entregaron en el 2do informe de avance, se solicitaron los siguientes puntos a considerar:

- Continuar con los relevamientos desarrollados a la fecha, especialmente el reporte mensual de Ventas Minoristas, y los sondeos bimestrales de Locales Vacíos y Comercio Ilegal.
- Entregar la información de estos reportes en un formato mejor consolidado, que permita a los lectores identificar aquellos aspectos clave y evitar confusiones, ya que se observó que los medios estaban empleando de manera errónea la información del reporte de locales vacíos principalmente.
- Ampliar el marco de relevamientos, considerando nuevas zonas, a fin de acoplar el área definida como micro y macro centro de Salta, a la definición que posee la Municipalidad¹.

Además de estos estudios e informes, el Observatorio debía cumplimentar con las fases de implementación de su plan de actividades propuesto en el Proyecto inicial presentado a CFI, descritos en detalle en el primero informe, a saber:

- 1. Primera Fase: La situación actual**
- 2. Segunda Fase: Preparación de la estructura de trabajo y metodología.**
- 3. Tercera Fase: Implementación de los sondeos.**

Actualmente, el Observatorio se encuentra en ejecución de la Tercera Fase, habiendo cumplimentado con las fases 1 y 2 de análisis y estructuración.

¹ Sobre este punto se explaya más adelante, tanto en la definición de las nuevas zonas como en las limitaciones presupuestarias de la actualidad.

IV. CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES PROGRAMADAS

vi. Fase 1

Esta fase ya fue cumplimentada hasta la redacción del primer informe de avance.

vii. Fase 2

Al cumplimiento de esta instancia informado en los informes anteriores, debe reportarse la necesidad de reemplazo del encuestador *part time* y *data entry*, debido a que la persona contratada debió radicarse en Córdoba desde el mes de marzo de 2019.

En su reemplazo se seleccionó a otra persona con experiencia en relevamientos, que había asistido a la Economista Junior en otros proyectos y mediciones, por lo que fue posible realizar una capacitación e inducción de manera oportuna para incorporarla en funciones en el corto plazo.

Sus funciones son las estipuladas en los términos de referencia y su remuneración se desprende del presupuesto anual, siendo costeadada enteramente por los fondos del Observatorio Económico.

viii. Fase 3

Novedades generales

En la última reunión coordinación, llevada a cabo el día 27 de diciembre de 2018, con el vicepresidente de la Cámara de Comercio e Industria, se acordó ampliar el marco muestral geográfico para los relevamientos a partir de 2019 una cuadra al sur del marco actual, y cuatro cuadras al norte, a fin de ser consistentes con:

- El marco que consideran tanto la municipalidad de la ciudad, como el Gobierno provincial para definir al micro y macrocentro de la ciudad.
- La dinámica sectorial que, producto de la caída en la actividad, la baja del consumo y el aumento de los costos de alquiler ha generado un proceso de migración hacia estas zonas de los locales anteriormente establecidos en el microcentro.

Este nuevo marco generará la creación de 4 zonas nuevas, de 8 manzanas cada

una, ampliando las mismas de 72 a 104 manzanas.

Pese a que se propuso realizar la incorporación de a 1 zona por mes desde el inicio de 2019, debido al receso de verano en la institución, que afectó a todo el personal durante enero, a la sucesión de feriados nacionales y provinciales en febrero y reemplazo del encuestador *part time* en marzo, esta ampliación del marco debió postergarse hasta la nueva planificación del Observatorio Económico, a la espera de la continuidad del proyecto, sujeta a una renovación del convenio con CFI.

Concretado lo anterior, se procederá a cumplir lo pautado, incorporando estas 4 zonas adicionales ya no de manera gradual, sino que directamente al marco de trabajo. A fin de contar con el marco completo para la primera etapa de ejecución del proyecto 2019-2020.

A continuación, se presenta el detalle descriptivo y metodológico de los relevamientos que realiza el Observatorio Económico. Además, se comentan resultados, los cuales derivaron en los documentos e informes que se adjuntan a esta presentación; y se mencionan y desarrollan de manera preliminar los próximos sondeos a realizar.

Relevamientos en ejecución

En el proceso de reuniones de diagnóstico (Fase 1) se fijaron tres ejes de necesidades:

1. Poder estimar la evolución de la actividad económica en Salta, de forma directa y/o indirecta, y en la medida que sea posible desagregada por sectores.
2. Contar con indicadores de informalidad sectorial, asociados al comercio ilegal.
3. Contar con elementos para el análisis de la coyuntura provincial, complementando los indicadores e informes que ya existen a nivel nacional.

Analizando la información secundaria disponible para Salta y en particular aquella que apunta a satisfacer las demandas de información en los tres ejes detallados, se advierte la existencia de vacíos de información local en relación al primer y al tercer eje, como ejemplo: el producto bruto geográfico de Salta se encuentra disponible sólo hasta el año 2014 (en una versión preliminar que debe revisarse).

Es por ello que se elevaron al Consejo Directivo de la Cámara las siguientes propuestas de realización de relevamientos de información primaria que apunten a

llenar en parte los vacíos de información existentes:

1. Estudio de la Dinámica del Centro Comercial de Salta y Locales Comerciales en el Centro Comercial de Salta.
2. Relevamientos de percepción sectorial sobre la actividad, las perspectivas económicas y políticas.
3. Relevamientos especiales para fechas específicas.
4. Relevamiento y mapeo de Comercio Ilegal.

Sobre estas propuestas se han venido desarrollando desde la puesta en marcha del Observatorio Económico los siguientes productos:

RELEVAMIENTO LOCALES VACÍOS

Estudio bimestral sobre la base de locales vacíos en la zona del micro y macrocentro de la Ciudad de Salta, 72 manzanas y los 3 principales centros comerciales de la ciudad (Alto Noa Shopping, Portal Salta y Paseo Libertad), considerado el segmento de mayor densidad de la actividad de Comercios y Servicios.

Busca evaluar la dinámica sectorial en respuesta al ciclo económico general, teniendo en cuenta su correlación con la actividad económica, donde el aumento de los cierres de locales se correlaciona con escenarios recesivos y una caída con escenarios expansivos.

Este relevamiento identifica zonas críticas (manzanas específicas), donde se concentran la mayoría de los locales vacíos. Además, y a partir de su segunda onda de relevamiento, permite identificar aquellas manzanas en expansión y en recesión, analizando la dinámica de estas respecto al período anterior.

Por otra parte, también identifica los tipos de locales vacíos, diferenciando aquellos que se encuentran abandonados, en remodelación, en liquidación por cierre, o que corresponden a nuevos espacios (como galerías recientemente inauguradas), buscando reconocer aspectos especiales de la coyuntura sectorial. Además, se contabilizan aquellos que tienen como destino específico la ocupación para oficinas o consultorios.

Por último, también se lleva un registro especial de los locales vacíos en las galerías comerciales y shoppings.

A continuación, se presentan los aspectos técnicos correspondientes a la guía de relevamiento del local, que garantizan la consistencia de la información relevada:

Guía Relevamiento Locales Vacíos

1- Local vacío: se considera local vacío todo espacio físico que, a la vista, denote una infraestructura adecuada para el desarrollo de una actividad comercial, tanto de venta de bienes como de servicios (incluye consultorios, oficinas y talleres).

a) No se considerará local vacío un espacio abandonado, para demolición, un lugar que pueda hacer las veces de vivienda, o un lugar que requiera de una obra completa (es decir que no implique únicamente una inversión en mobiliario y fachada) para ser acondicionada como local.

b) Cualquier local que se encuentre en alquiler explícitamente será registrado.

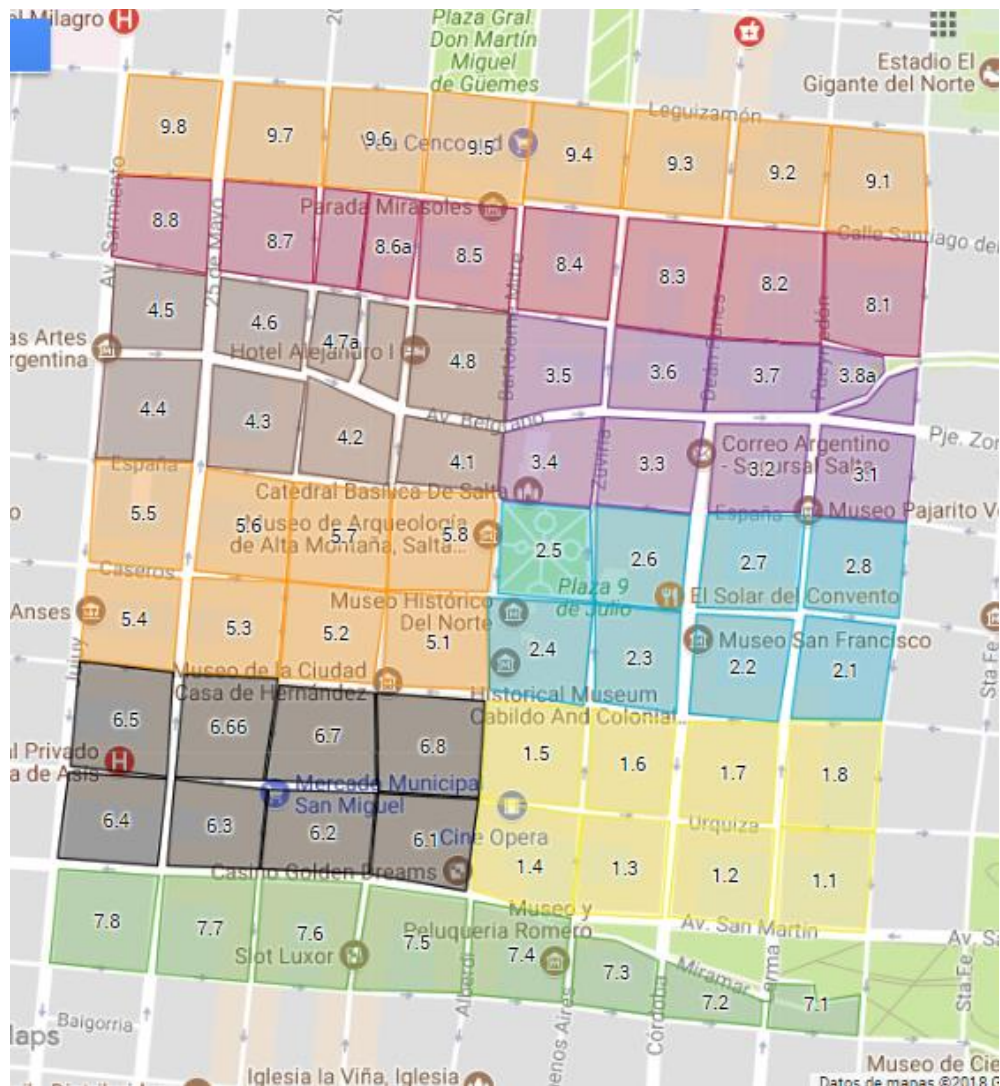
c) Cualquier local que dé indicios de haber sido alquilado para uso comercial pero todavía no la iniciaron, como lugares que estén en remodelación o que contengan leyendas como "próximamente la empresa xx operará aquí" o "apertura en fecha xxx".

d) Cualquier local que no cumpla con alguno de los puntos anteriores y se encuentre vacío será registrado como local vacío.

2- Tratamiento de casos en Galerías: debe indicarse la dirección y el nombre de la Galería comercial. Posteriormente se realiza el conteo de locales vacíos dentro de la galería y se indica en números el total contabilizado. No es necesario incluir el número o letra asignada a cada local desocupado. En las galerías, TODOS los locales no ocupados se consideran en el conteo, salvo que se encuentren demolidos o que cumplan con las características del punto 1.c).

3- Zonas de relevamiento: Se consideran 9 Zonas comerciales correspondientes al micro y macrocentro salteño. Cada zona agrupa 8 manzanas, y responde a una fisonomía específica que hace a estas manzanas más o menos homogéneas dentro de la misma zona, sea por ubicación geográfica, concentración de segmentos de actividad y estrato socioeconómico. Las mismas se especifican en el mapa a continuación:

Gráfico 1: Mapa de zonas y manzanas de relevamientos en centro comercial de la ciudad



Cada zona contiene 8 manzanas regulares (cuadriláteros), sin embargo, existen algunas manzanas irregulares, como las 1, 2 y 3 de la zona 7 (cortadas por Parque San Martín), o la manzana 7 de la Zona 4, y 6 de la Zona 8, que se encuentran cortadas por el pasaje Castro, dando lugar a las manzanas 7.a y 7.b; y 6.a y 6.b respectivamente. Además, la manzana 5 de la Zona 2, corresponde a la plaza 9 de Julio, por lo que no es considerada en el relevamiento.

Las zonas 1 a 6, son rectángulos de 2x4 manzanas, numeradas en sentido horario, siendo la n° 1 la manzana sureste, y la número 8 la manzana noreste.

Las zonas 7-9, son rectángulos de 1x8 manzanas, numeradas en línea recta en sentido este-oeste, siendo la manzana este la n°1 y la oeste la n°8.

4- Zonas especiales: existen 4 zonas especiales correspondientes a grandes centros comerciales: Alto Noa, Portal Salta, Paseo Libertad, los 3 fuera del área de relevamiento, y el Mercado San Miguel que se encuentra dentro del centro en la zona 6 manzana 2. En estos deben únicamente contabilizarse los locales vacíos, sin identificación geográfica.

Resultados actualizados

Hasta la fecha se han realizado 6 ondas de relevamiento correspondientes a los meses de mayo, julio, septiembre, noviembre de 2018, y enero y marzo de 2019. Con estos resultados se elaboraron cuatro informes de Locales Vacíos (los correspondientes a septiembre y noviembre se encuentran en el Anexo de Documentos), y mapas² donde pueden observarse los locales de manera georreferenciada y aplicarse algunos filtros correspondientes a las zonas, manzanas, tipo de local y/o galería o centro comercial.

Mejoras implementadas

Debido a la repercusión mediática de estos relevamientos, se ha identificado que los medios han tendido a emplear de manera imprecisa la información publicada, confundiendo la cantidad de locales vacíos registrados con cierres de locales en el período de referencia. Esta imprecisión es debido a que los locales vacíos contabilizan locales disponibles para el uso comercial, que se encuentran desocupados, pero que pueden estarlo desde períodos previos al sondeo, y no fueron ocupados por diversos factores.

La referencia a cierre de locales debe desprenderse como un resultado neto de stocks entre aperturas y cierres, analizando la diferencia del total de locales vacíos entre períodos de levantamiento. Así, un aumento en los locales vacíos en un bimestre indicaría un saldo de positivo de cierres por sobre las aperturas en ese intervalo, y viceversa.

A partir de 2019 el informe se ha centrado en, no solamente contabilizar la cantidad de locales vacíos, sino también observar la dinámica empresarial, al llevar un registro de resultado neto (aperturas-cierres) en el período relevado. Para esto último se observan las variaciones entre períodos, contabilizando aquellos

² Estos mapas se encuentran disponible para uso interno del Observatorio Económico y la Cámara de Comercio e Industria de Salta. Próximamente se encontrarán cargados, con acceso restringido únicamente a la visualización de observaciones, en el micrositio del Observatorio Económico <https://www.comerciosalta.com/observatorio>.

locales que se encontraban vacíos y se ocuparon en la coyuntura presente, y viceversa. También se realiza un registro de aquellos espacios que ya no pueden considerarse como locales comerciales, por haber sido abandonados, demolidos o alterada su forma para ser utilizados como vivienda.

RELEVAMIENTO COMERCIO ILEGAL

Estudio bimestral sobre la base de comerciantes ilegales/informales en la zona del micro y macrocentro de la Ciudad de Salta, 72 manzanas, considerado el segmento de mayor densidad de la actividad de Comercios y Servicios.

Este relevamiento identifica zonas críticas (zonas y manzanas específicas), donde se concentran la mayoría de los comerciantes ilegales, y aquellos rubros con la mayor concentración de ilegales compitiendo de manera desleal. Además, y a partir de su segunda onda de relevamiento, permite identificar aquellas manzanas y rubros críticos, analizando la dinámica de estas respecto al período anterior; a la vez que permite registrar el impacto de las políticas públicas implementadas por la municipalidad de la ciudad a favor del control de este tipo de actividades.

Busca dimensionar la magnitud de la competencia desleal en el sector comercial. El enfoque del relevamiento no es contabilizar netamente el comercio ilegal, sino registrarlo en aquellos horarios en que compiten directamente con el comercio formal. Para ello se contabilizan y geolocalizan los manteros, puesteros, carreros y vendedores ambulantes en la zona indicada, identificando los rubros específicos de cada uno de ellos, activos de lunes a sábados en horario comercial.

Es también un indicador indirecto de la coyuntura económica local, donde puede inferirse una correlación entre el aumento de la actividad ilegal con la caída de la actividad económica y del salario real, y el aumento del desempleo y la pobreza.

El objetivo del sondeo es actuar como una aproximación de la vulnerabilidad sectorial y social. Cuando se contrasta con el Sondeo Comercial³, es posible identificar zonas y rubros críticos, para focalizar la implementación de políticas públicas a favor del control y el incentivo de la actividad comercial formal en estos espacios más vulnerables. Por su parte, el contraste con los resultados del relevamiento de Locales Vacíos permitirá observar a mediano plazo, la incidencia del Comercio Ilegal sobre la dinámica de locales ante escenarios recesivos o expansivos.

³ Un censo focalizado, que se realiza en las mismas 72 manzanas del micro y macrocentro y que contabiliza locales y rubros específicos de manera georreferenciada.

A continuación, se presentan los aspectos técnicos correspondientes a la guía de relevamiento del local, que garantizan la consistencia de la información relevada:

Guía Relevamiento Comercio Ilegal

1. Comercio Ilegal: se considera comercio ilegal toda actividad desarrollada sin un espacio físico asignado de manera formal (por algún organismo o entidad habilitante), sin los permisos y habilitaciones pertinentes, con productos no registrados (sin etiquetas y/o precios visibles) o falsificados, que compite o pueda competir de manera desleal con el resto de los comerciantes formales, instalados en un espacio físico asignado y habilitado (local comercial), producto del desarrollo de una actividad ilícita en la que no se pagan los impuestos y cargas correspondientes a la actividad, alquileres, servicios y cargas del personal registrado.

Se identifican diversos tipos de comerciantes ilegales, entre los que destacan:

a. **Manteros:** individuos que organizan su mercadería de cualquier tipo en el suelo de las veredas o peatonales.

b. **Puesteros:** aquellos que levantan un puesto de venta precario y móvil por cuenta propia, donde se organizan sus mercaderías. Estos puestos pueden ser mesas, sillas, carpas, tablones, mostradores, perchas, o cualquier mobiliario que permita la exhibición de sus productos y un rápido desmontaje en caso de requerir desplazarse o desalojar del lugar. También debe considerarse en esta categoría a los comerciantes con maquinaria móvil para la elaboración de sus productos (como alimentos - maíz tostado, inflado, maní, algodón de azúcar, etc. -, afiladores de cuchillos y otras reparaciones).

c. **Carreros:** generalmente ubicados en la calle de manera próxima a las veredas, o sobre las peatonales, con carros móviles donde exhiben sus productos (usualmente frutas, verduras o textiles).

d. **Vendedor ambulante:** caracterizados por realizar su actividad en movimiento, recorriendo diferentes calles de la ciudad en sectores específicos. Suelen llevar sus productos en mochilas, canastos, bandejas, placas, incluso en las manos. Son los más difíciles de contabilizar por su movilidad.

e. **“Changarines”, “estafetas”, “lustrabotas”, “arbolitos” y otros servicios ambulantes:** similar al vendedor ambulante, pero en lugar de comercializar bienes ofrecen servicios de manera informal a la comunidad, como la realización de

trámites, filas, envío de papeles, mantenimiento de calzado o cambio de divisa. Los changarines y estafetas en general son difíciles de identificar ya que no cuentan con un producto material en oferta. Los lustrabotas y arbolitos son más identificables, reuniendo los primeros, características similares al vendedor ambulante; los segundos, por su parte, suelen desarrollar su actividad en un punto fijo, generalmente afuera de casas de cambio, bancos y financieras.

2. Relevamiento y registro: debido a las particularidades de la actividad se proponen algunas pautas para la recolección de información:

a. El recorrido debe realizarse de la misma manera que en el relevamiento de Locales Vacíos, respetando las zonas y manzanas indicadas.

b. Debe recolectarse información siempre que sea posible de la dirección, ubicación (vereda, calle, peatonal o móvil), el rubro y el tipo de comerciante ilegal (según lista del punto 1).

c. En el ítem Ubicación, la caracterización “peatonal” se emplea cuando el comerciante se posiciona en la calle entre veredas, no siendo posible identificar, a priori, a cuál manzana corresponde. Este caso suele darse en peatonales, que admiten la presencia de personas en el espacio de “calle”. Cuando se identifiquen estos casos para su geolocalización, el encuestador deberá indicar la altura (numeración) de la vereda más cercana al vendedor, o, de no ser esto posible, elegir a criterio personal alguna de las dos veredas para ubicarlo, con ello queda definida la manzana y zona a la que corresponde el vendedor.

d. Son de principal interés los comerciantes ilegales/informales indicados en los puntos 1.a., 1.b y 1.c; y el “arbolito” del punto 1.e.

e. Los vendedores ambulantes, lustrabotas y changarines son los más difíciles de identificar por su movilidad y por lo tanto no son prioritarios. Sin embargo, en caso de observar vendedores ambulantes (se omiten lustrabotas y changarines del sondeo), debe registrarse la misma información indicada en el punto 2.b., consignando su condición de ambulante, su rubro en lo posible, y su área de acción que debe especificarse en las casillas “Zona” y “Manzana” indicando todas las zonas y/o manzanas en las que parece operar; además es importante indicar la calle y altura en la que fue visto.

f. Consideración especial sobre ambulantes: debido a su movilidad es posible que el encuestador observe al mismo vendedor más de una vez en el recorrido; si el mismo es identificado como “registrado” no debe registrarse

nuevamente, si no es posible distinguirlo, por el motivo que fuere, se lo registrará nuevamente. No debe preocupar al encuestador esta situación, ya que los mismos no son prioritarios y corresponderá a un registro especial de comerciantes ilegales.

3. Zonas de relevamiento: Se consideran las mismas 9 Zonas comerciales correspondientes al micro y macrocentro especificadas en el Relevamiento de Locales Vacíos:

4. Zonas especiales: En este relevamiento no es necesario recorrer Centros Comerciales ni Galerías, ya que se asume que dentro no está permitido el comercio ilegal. Además, existirán Zonas o manzanas de estas zonas donde no se realizan actividades comerciales informales, debido a las características del lugar como: baja concentración comercial, baja circulación de peatones o automóviles, cercanía a puestos de control municipales o policiales, estrechez de veredas, etc.

5. Rubros posibles: A continuación, se presenta una lista de rubros que pueden encontrarse en el recorrido:

- Frutas y verduras;
- Golosinas;
- Bebidas y comestibles
- Sandwichería
- Panadería/Pastelería
- Textil Hombre
- Textil Mujer
- Textil Niño
- Textil Mixto
- Ropa Deportiva;
- Joyas y Bisutería;
- Accesorios (gorros, guantes, paraguas, etc.)
- Marroquinería;
- Juguetes;
- Artesanías;
- Pinturas
- Cds de música
- Copias piratas (DVDs y CDs de música y películas)
- Electrónica
- Utilitarios de cocina (cortadores, cuchillos, afiladores, aparatos manuales)

- Accesorios de celular
- Antigüedades
- Accesorios para el hogar
- Miscelánea (las personas que venden muchos productos muy variados y de baja utilidad)
- Juegos de azar y apuestas
- “Arbolito” (cambio de divisa)

No se considera como comerciante ilegal a los artistas callejeros, como músicos, cantantes, pintores, actores, recitadores, bailarines, etc. que ofrezcan entretenimiento en la vía pública, salvo que comercialicen sus obras de forma informal como pinturas acabadas y montadas (no elaboradas en el momento como grafitis, caricaturas o dibujos) o CDs de música personales grabados. Esto producto a que no compiten directamente con las actividades comerciales desarrolladas en la ciudad.

Tampoco se registran a los “volanteros” o promotores, por ser actividades reguladas y esponsorizadas por locales comerciales formales.

Resultados

Hasta la fecha se han realizado 5 ondas de relevamiento correspondientes a los meses de junio, agosto, octubre y diciembre de 2018, y febrero de 2019. Con los resultados se elaboraron informes de Comercio Ilegal (en el Anexo de Documentos se encuentran los últimos tres informes), y mapas donde pueden observarse los comerciantes ilegales de manera georreferenciada por tipo y por rubro⁴.

El próximo sondeo corresponde al mes de abril de 2019 y se encuentra en ejecución.

VENTAS MINORISTAS

Novedades del relevamiento

Desde la realización del Censo de locales, georreferenciado, que otorgó un marco muestral detallado, se ha podido establecer una muestra representativa para el sector comercio, a fin de contar con resultados relevantes de la realidad sectorial en la ciudad.

Para definir la población elegible, se consideraron aquellos locales registrados

⁴ Estos mapas son de uso interno y no serán publicados por razones de preservación y anoninización de la información, para resguardar a los comerciantes ilegales de acciones represivas.

en el Censo, que cumplieron con las siguientes características:

- Ser locales que desarrollen una actividad comercial.
- Contar con su CUIT registrado y activo (a fin de poder identificar su situación fiscal y tributaria y su actividad correctamente).
- Se eliminaron del marco aquellos locales duplicados por existencia de más de una sucursal, a fin de contabilizar una única vez a un local comercial.
- Es posible que un informante (CUIT) reporte sobre más de un local, en caso de ser propietario de locales de diferentes rubros.

La muestra cuenta con 255 locales, con el siguiente criterio de selección:

- 36 locales seleccionados por inclusión forzosa, correspondientes a la muestra mensual de CAME.
- 7 locales seleccionados por inclusión forzosa, correspondientes a miembros de la Comisión Directiva de la Cámara de Comercio e Industria de la provincia de Salta.
- El resto de los locales (212) seleccionados por muestreo aleatorio simple, estratificado por rubros, a fin de representar correctamente a estos.
 - o De estos 212, 15 corresponden a reemplazos en caso de tener alguna pérdida de informantes.

Con esta muestra se obtienen estadísticas sobre la percepción sectorial, con un 95% de confianza y un 5,5% de error, respecto a la población total.

El relevamiento se realiza la última semana de cada mes para aquellos locales de la muestra de CAME, y entre el día 28 del mes de referencia y el día 5 del mes siguiente, para el resto de la muestra.

En este sondeo se consulta la variación de las ventas reales y nominales en porcentaje, respecto al mismo mes del año anterior. Además, se indaga sobre la expectativa de inflación para los próximos 12 meses, la percepción del desempeño de la actividad en el mes de referencia, y la expectativa sobre el escenario de los próximos meses (corto plazo). Adicionalmente se consulta sobre si los locales han realizado o planean hacer alguna inversión, pidiendo una descripción general de las mismas en caso afirmativo.

Con esta información se elabora un informe mensual, desde abril de 2018, con los principales resultados del sondeo, las estadísticas más relevantes y, a partir de los datos correspondientes al mes de julio, se ha incorporado un análisis en un párrafo de la coyuntura sectorial en base a la perspectiva política-económica presente, más una

serie de indicadores que permiten dar cuenta de la evolución del sector.

Indicadores derivados

- Estadísticas descriptivas (tabla: media, mediana, máximo y mínimo) variación interanual de las ventas reales y nominales, y de la expectativa porcentual de inflación a 12 meses.
- Serie mensual de las variaciones interanuales real y nominal (gráfico).
- Evolución de la expectativa de inflación a 12 meses (gráfico).
- Índice de Percepción Sectorial (IPS) y subíndices derivados.

INFORMACIÓN RELEVANTE SOBRE EL SONDEO

Se ha ampliado la base de informantes. Mediante el Censo Sectorial realizado entre septiembre y octubre de 2018 en el micro y macrocentro de Salta y sus centros comerciales principales, fue posible identificar a los locales en actividad por rubros, y construir una muestra mensual representativa para la ciudad de 255 comerciantes, de los cuales 36 corresponden a la muestra de CAME y 7 son miembros de la Comisión Directiva de la CCeIPS.

Observación: Pese a los esfuerzos realizados para mejorar la base de informantes, la muestra no ha logrado superar las 100 observaciones considerando incluso a los comercios con inclusión forzosa. En los últimos meses ha sido notoria la resistencia de varios locales a entregar información, manifestando molestias asociadas a la dificultad de la coyuntura actual.

Esto ha generado sesgos de información que fueron identificados durante el análisis de los resultados de los meses de febrero y marzo, en los que algunos informantes sobreestimaron sus resultados negativos, a fin de mostrar una situación más grave que la vivenciada o para desligarse de la encuesta con respuestas que deben considerarse como *outliers*.

Lo anterior ocasionó algunas pérdidas de observaciones, y la necesidad del Observatorio de reaccionar ante este panorama. Para ello, se propuso reemplazar gran parte de la muestra actual en el relevamiento de marzo, y generar una muestra con rotación trimestral para no desgastar a los informantes.

Además, se comenzaron a compartir de manera directa los informes generados por el Observatorio Económico a los informantes, a fin de mostrar los resultados que se desprenden de su participación activa, corroborando que se resguarda el anonimato de las respuestas y que los informes permiten vislumbrar la

situación general del sector.

Aunque la calidad de la información y la cantidad de respuestas han mejorado, el costo inmediato de esta medida fue la demora en alcanzar el objetivo de mediano plazo de contar con una muestra representativa de 255 informantes. Lo que se prevé será posible lograr una vez se cumplan los siguientes acuerdos y aspectos clave:

- 1- Ampliación del marco de acción a las 4 zonas propuestas previamente.
- 2- Compromiso de la Comisión Directiva de participar activamente en el sondeo con respuestas oportunas y confiables, liderando estos procesos de búsqueda de información.
- 3- Acuerdos con la Cámara de Comercio para impulsar la participación de los socios, motivando a los mismos mediante campañas promocionales para incrementar las ventas y otros beneficios.
- 4- Realización de una charla informativa para los comerciantes, en la que se comunicarán las acciones del Observatorio, sus objetivos, principales resultados e impacto; transmitiendo la importancia de generar esta información para motivar el accionar político, especialmente en momentos de coyuntura económica adversa como lo observado en la actualidad.

Índice de Percepción Sectorial

A partir de julio de 2018 se decide publicar las series de las variables principales (variación de ventas reales y nominales, y las expectativas de inflación), junto con esto se decide calcular un índice que permita reflejar el desempeño del sector, empleando los datos cualitativos que se desprende de las opiniones de los empresarios encuestados. Con estos datos surge el índice de Percepción Sectorial y sus subíndices parciales que se detallan a continuación:

1- Desempeño Actual: se consulta al comerciante cómo fueron las ventas en el mes de referencia. Se consideran las siguientes respuestas cerradas, "Muy bueno", "Bueno", "Regular", "Malo" y "Muy malo". Busca captar la percepción del dueño sobre el desempeño de las ventas, considerando que los resultados cuantitativos brindan un valor de referencia que no tiene en cuenta las expectativas del empresario y sus necesidades ante la coyuntura.

2- Expectativa Futura: se consulta al comerciante cómo espera que evolucionen las ventas los próximos meses, de esta manera se captura la expectativa de su comercio ante el contexto económico esperado. Las respuestas admitidas son

“Aumenten”, “Se mantengan” o “Caigan”.

3- Inversión: se computan las percepciones y proyecciones sobre 3 tópicos claves

- a. ¿Considera este un buen momento para ampliar su stock?
- b. ¿Considera el escenario actual propicio para realizar inversiones?
- c. ¿Planea realizar alguna inversión en los próximos 3 meses?

Considerando estas variables como un proxy de varios aspectos del escenario futuro. Por un lado, de la necesidad de potenciar el comercio, sea porque se espera un escenario favorable que debe aprovecharse o la necesidad de mejorar el desempeño ante un contexto desfavorable; por lo anterior, también permite complementar las expectativas de los empresarios sobre el sector real, quienes decidirán invertir en sus comercios sí y sólo sí, el escenario de rendimientos futuro es favorable y no existen alternativas superadoras (como el ahorro o la inversión financiera). Pueden responder “Sí”, “No”, “No sabe” para los tres casos. Estos generan 3 subíndices que se calculan con la fórmula general, y luego se promedian de manera aritmética para obtener el Índice Parcial de Inversiones (IPI).

Para la construcción de cada índice parcial se consideran aquellas respuestas que denotan un escenario positivo en la variable de percepción que se mide, tal que para cada uno se considera positivas las siguientes respuestas:

- 5- Desempeño Actual: “Bueno”
- 6- Expectativa Futura: “Aumenten” o “Se mantengan”
- 7- Inversión: “Sí”

El resto de las respuestas se contabilizan como negativas. Con este conteo se calculan los índices parciales con la siguiente fórmula:

$$IP_{i,t} = 50 * (p - n + 1)$$

Con:

$IP_{i,t}$ = Índice Parcial de la variable de percepción i (Desempeño Actual, Expectativa Futura, Inversión) en el mes t .

p = proporción de respuestas positivas sobre el total de respuestas.

n = proporción de respuestas negativas sobre el total de respuestas.

Por último, el Índice de Percepción Sectorial para el mes de referencia se construye como:

$$IPS_t = \frac{1}{3} * (IP_{DA,t} + IP_{EF,t} + IP_{I,t})$$

El índice general, así como los subíndices parciales, tomará valor 100 cuando todas las respuestas sean positivas y 0 cuando todas sean negativas. Con este intervalo es posible tener una noción sobre la percepción general, más favorable cuanto más cercano a 100 sea y más desfavorable cuanto más cercano a 0 se encuentren los índices. A su vez permite construir una serie mensual para comparar la evolución de esta percepción agregada y parcial.

CENSO COMERCIAL – MICRO Y MACROCENTRO DE LA CIUDAD DE SALTA

Desde 2014, el Observatorio Económico realiza cada 6 meses o un año el Censo Comercial en las inmediaciones del micro y macrocentro de la ciudad de Salta, relevando cada local comercial, ya sea que se encuentre ocupado en actividad, en remodelación, acondicionamiento o vacío, identificando rubros, CUIT, y otros aspectos asociados a su situación económica-contable.

En sus primeras 2 ondas relevó un área de 48 manzanas (6 zonas de 8 manzanas), en el 3er relevamiento, a mediados de 2015, se incorporó la zona 7 al sur del área céntrica, atento a la alta concentración de locales comerciales y su similitud con la zona 6 vigente, la cual presenta niveles de informalidad elevados. En el último relevamiento, realizado en el tramo de consultorías externas del Observatorio, en mayo de 2016, se decidió ampliar el área censal a 72 manzanas, incorporando las zonas 8 y 9, al norte del área céntrica, considerando que la actividad comercial había empezado un proceso de expansión y migración a estos segmentos, sectorizando el mercado tal que, la zona sur quedó focalizada a los segmentos socioeconómicos medios, medio bajo y bajo, y la zona norte al segmento medio y medio alto.

Con la actual puesta en marcha del Observatorio se ha lanzado un nuevo relevamiento que se ha ejecutado entre la segunda quincena de septiembre y la primera quincena de octubre.

Este sondeo relevó las mismas 72 manzanas repartidas en las 9 zonas censales, e incorporará los 3 grandes centros comerciales que actualmente forman parte del relevamiento de Locales Vacíos, además de 3 grandes galerías que no se

contabilizaban producto de dificultades técnicas para el levantamiento de información, lo que llevará a superar los 4000 locales censados.

El actual relevamiento mantuvo el formato de los anteriores para hacer comparable la información, y sirve de insumo como base de microdatos, brindando una fotografía del actual escenario sectorial en la zona de mayor densidad de locales comerciales y de servicios.

Se centró en obtener la mayor cantidad de CUITs válidos para mejorar las estimaciones de indicadores de tipo económicos, jurídicos y tributarios, algo que en las anteriores mediciones no pudo concretarse de la manera proyectada al dificultarse el acceso a esta información debido a la baja colaboración de los comerciantes por su resguardo tributario.

Al contar con estos microdatos, es posible realizar análisis de mercado, segmentando rubros y tipos de locales, identificando locales disponibles en zonas de alto potencial comercial o con gran cantidad de competidores. Además, al cruzarlos con los relevamientos de comercio ilegal, es posible estudiar su impacto, observando el alcance de la competencia desleal y, con nuevas ondas de relevamiento, identificar la influencia de los comerciantes ilegales en las aperturas y cierres de locales formales.

En otros aspectos, el censo permite actualizar contactos con socios potenciales, focalizar campañas y promociones para los socios activos, y brindar asesoramiento a los asociados respecto al mercado actual, estudiando competidores y aliados potenciales, y evaluando la dinámica del comercio en la ciudad.

Los primeros resultados se incorporaron al anexo del 2do informe de avance, a lo que se suman dos reportes especiales de estadísticas descriptivas derivadas del mismo censo, sobre la situación de los locales que declaran empleo y aquellos cuya razón social corresponden a mujeres. Estos anexos descriptivos se complementan con dos informes de análisis económico comparativo sobre estos segmentos (empresas que declaran empleo y mujeres dueñas de negocios).

Productos programados

SONDEO DE VICTIMIZACIÓN DEL COMERCIO

Estado: su lanzamiento se encuentra atrasado, debido a limitaciones operativas y a la necesidad de focalizar esfuerzos en obtener información oportuna y consistente sobre el desempeño sectorial ante la coyuntura actual.

Se espera contar con el diseño de la encuesta y el marco de implementación para el lanzamiento del plan del Observatorio Económico 2019-2020.

Detalle

De periodicidad semestral, indaga sobre 3 factores claves de la victimización: la inseguridad vivenciada (robos, hurto, hurto hormiga, estafas, vandalismo); las medidas implementadas contra estos actos y su efectividad percibida; y el impacto percibido sobre el comercio ilegal.

Este relevamiento se realizará en el mismo marco muestral de la Encuesta de Percepción Sectorial, a fin de contar con la perspectiva de los comerciantes sobre factores asociados a la inseguridad, una temática de interés a nivel nacional, y a la competencia desleal.

El mismo se basa en los estudios y relevamientos que realiza la Cámara Chilena de Comercio de manera semestral desde 2008⁵.

El objetivo es mapear estas problemáticas, cruzando con información primaria que surge de los relevamientos del Observatorio e información de otras fuentes secundarias, para analizarlas y generar alertas para implementar políticas públicas que impacten positivamente sobre las mismas.

RESUMEN DE ESTADÍSTICAS ECONÓMICAS SECTORIALES

Estado: se encuentra en la etapa de diseño de plantilla y recopilación de la información primaria. Este documento está atrasado en su publicación, ya que se considera útil su generación una vez se cuente con información oportuna y consistente sobre la percepción sectorial, dato de gran importancia para la institución. Se espera publicar y difundir para el lanzamiento del plan del Observatorio Económico 2019-2020 como uno de los nuevos productos del organismo.

⁵ <https://www.cnc.cl/encuesta-victimizacion-del-comercio/>

Detalle

Las Estadísticas Económicas son un instrumento de apoyo a las empresas y asociaciones. Este resumen exhibe de manera sintética, empleando herramientas gráficas y tablas, los indicadores nacionales, provinciales y sectoriales más relevantes para la gestión empresarial.

Indicadores de fuentes secundarias:

- Actividad general, como el EMAE de INDEC y el Índice Líder de la Universidad Torcuato Di Tella (UTDT),
- Indicadores de percepción como el índice de Confianza del Consumidor, Expectativas de Inflación y Confianza en el Gobierno de la UTDT,
- Indicadores de actividad sectorial en la provincia, como los patentamientos de automóviles, la actividad de la construcción (despacho de cemento), y la ocupación hotelera.
- Precios, como el IPC, inflación, IPM, ICC.
- Indicadores financieros, como la tasa de política monetaria, la tasa de descuento de cheques, y la circulación monetaria (Agregado M2).

Indicadores de fuentes propias

- Variación mensual de las ventas reales y nominales.
- Expectativas de inflación a 12 meses de los comerciantes.
- Índice de Percepción Sectorial y sus subíndices.
- Dinámica comercial bimestral: evolución neta de aperturas y cierres de comercios.
- Dinámica bimestral del comercio ilegal: evolución de la venta callejera.

RECOPIACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ALÍCUOTAS DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Estado: se encuentra en la etapa de investigación y entrevista con profesionales contables de la Dirección General de Rentas de la Provincia (DGR). Este proceso se ha atrasado por el cambio de autoridades, y la necesidad de solicitar acceso a determinados tipos de información por canales formales, lo que implicará generar un convenio de intercambio de información entre la CCeIPS y la DGR provincial. Se espera publicar antes de la entrega del 3er informe de cumplimiento a CFI.

Detalle

Este informe se considera dentro de la generación primaria de información, al requerir un trabajo de investigación y recopilación de alícuotas por cada actividad en cada provincia en base a las leyes referentes a la temática. Para poder generar datos comparables y simples de analizar, se deben fijar criterios basados en estadísticas de tendencia central como la media y la moda, para fijar las tasas aplicadas en forma mayoritaria a los grandes rubros de la economía, evitando así el análisis por subrubros.

En el mismo se divide por grandes rubros a la economía, en base a los sectores de interés de la CCeIPS:

- ✓ Industria
- ✓ Comercio mayorista
- ✓ Comercio minorista
- ✓ Turismo y hotelería
- ✓ Servicios

El producto final es una serie de mapas y tablas que permiten la comparación entre provincias, identificando la situación de cada una, en términos de competitividad entre ellas para cada sector.

Los objetivos del estudio son:

- Establecer una alícuota estándar para cada rubro por provincia
- Realizar un análisis por provincia para un mismo sector. Definiendo cuales provincias son más favorables para el desarrollo de ciertas actividades y cuales generan una mayor presión tributaria.
- Realizar un análisis entre sectores en cada provincia, para definir cuáles actividades son favorecidas por el sistema tributario local.
- Con este análisis comparativo, generar herramientas de discusión sobre la presión tributaria ejercida en los diferentes rubros y provincias.

Próximos pasos:

- Combinar el análisis de alícuotas con indicadores del PBG general y por grandes sectores, para establecer un impacto de la presión tributaria en el fomento de la actividad sectorial.
- Considerar la Tasa Efectiva Anual de las alícuotas, teniendo en cuenta lo saldos favorables de las firmas con el estado producto del aumento del stock por sobre las ventas.

Investigaciones científicas

Al contar con bases de datos consistentes, correspondientes a censos periódicos realizados por nuestra institución sobre locales dedicados a la actividad comercial, industrial y de servicios en el micro y macro centro de la ciudad, locales vacíos y comercio ilegal, y la dinámica bimestral de estos dos puntos, es posible realizar una investigación de carácter científico econométrico con los resultados.

El objetivo del trabajo es identificar la probabilidad que un local comercial de un determinado rubro cierre dada la existencia de competencia desleal, determinado este aspecto por la existencia de comerciantes ilegales del mismo rubro o similar y su intensidad en la zona en que se encuentra el comercio formal. Controlando además por la zona en la que se encuentra, sus otros competidores directos (total de empresas de igual rubro) y la coyuntura macroeconómica actual, medida a partir del índice de percepción sectorial del relevamiento de ventas minoristas, sus subíndices asociados y la evolución de las ventas físicas y nominales.

El proyecto se encuentra en ejecución, es abordado por todos los miembros del observatorio y cuenta con el siguiente plan de ejecución:

Mes	Mayo				Junio				Julio				Agosto			
Semana	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Revisión de literatura pertinente																
Propuesta del modelo de Probabilidad lineal (Probit)																
Acondicionamiento de la base de datos (desde junio de 2018 a mayo de 2019)																
Primeras estimaciones																
Evaluación de resultados																
Cálculos finales																
Informe de investigación																
Entrega																

El modelo de Probabilidad tiene la siguiente especificación para el caso de una investigación con datos de sección cruzada:

$$Pr(Cierre_i = 1|X_i) = \Phi(X'\beta)$$

Donde:

- Pr = indica una probabilidad, en este caso que el local i cierre.
- X = es un vector de variables aleatorias que incluyen
 - La variable de interés: Presencia de competencia desleal
 - La intensidad de esta competencia medida como la cantidad de comerciantes ilegales del mismo rubro en una zona específica (cercana al local formal).
 - La ubicación del local (zona y manzana).
 - Cantidad de competidores directos.
 - Índice de percepción sectorial o subíndices asociados.
 - Variación acumulada de las ventas en el período.
- Φ = es igual a la función de densidad acumulada de la distribución de probabilidad normal.
- β = regresores asociados a las variables aleatorias, calculados por el método de máxima verosimilitud.

V. REPERCUSIONES

El Observatorio Económico, en línea con las expectativas de la Institución que representa, la Cámara de Comercio e Industria de la Provincia de Salta, se ha fijado como meta ser un referente regional y sectorial en la generación de información oportuna y de calidad sobre la realidad que le compete.

Al contar con los relevamientos e informes principales del organismo, los miembros del Consejo Directivo de la Institución, especialmente su presidente quien es consultado frecuentemente por cámaras sectoriales a nivel regional y nacional, y por los medios de comunicación local sobre temas de índole sectorial, se han nutrido de estos datos para sostener sus análisis de la coyuntura con información veraz, empleando los mismos como soporte para visibilizar problemáticas, plantear argumentos y sostener los pedidos de políticas públicas de impacto en diferentes instancias, como mesas nacionales sectoriales, comités regionales, incluso en reuniones con gabinetes del poder ejecutivo a nivel municipal, provincial y nacional.

Por su parte, se ha decidido dar difusión en la prensa local a aquellos informes y estadísticas críticas generadas por el Observatorio Económico, donde ya se han instalado expectativas de información periódica, tal que al cierre de cada mes se esperan las cifras de ventas minoristas nacionales de CAME junto con la tendencia de la ciudad de Salta, luego de fechas especiales se consulta al presidente de la Cámara sobre la tendencia de las ventas a nivel local y la comparación con el resto del país y con el mismo período del año anterior, además de adelantar en los medios las difusiones de los datos bimestrales asociados al cierre de locales y el comercio ilegal.

Además, con la construcción del micrositio del Observatorio Económico⁶ en la web oficial de la Cámara⁷ se ha institucionalizado al organismo, formalizando su visión y brindando un espacio para la exhibición de sus principales indicadores y la publicación de los informes periódicos, facilitando un acceso más masivo, no sólo a los miembros del Consejo Directivo o las firmas asociadas, sino al público en general.

⁶ <https://www.comerciosalta.com/observatorio>

⁷ <https://www.comerciosalta.com/>

Anexo I
Informes de Relevamientos Propios

Relevamiento de Locales Vacíos: enero y marzo de 2019

Relevamiento de Comercio Ilegal: febrero y abril de 2019

Anexo II
Informes de Relevamientos Conjuntos

Relevamiento de Ventas Minoristas: enero-abril de 2019

Relevamiento de Coyuntura Sectorial: San Valentín

Anexo III

Informes complementarios del Censo Comercial

Situación de las mujeres como propietarias de comercios y servicios en la ciudad de Salta

Panorama de los comercios y servicios cuyos propietarios son mujeres

Panorama de los comercios y servicios cuyos propietarios declaran empleo