

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y
SOCIALES
LICENCIATURA EN ECONOMÍA

COMERCIO ILEGAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL (RSE) EN SALTA.
ELABORACIÓN DE UN ÍNDICE DE RSE. AÑO 2018-2021

POR:

MOLINA VASVARI, MARÍA MERCEDES

DIRECTOR: Dr. MORENO, CÉSAR GABRIEL

CO-DIRECTOR: Lic. CARRAZÁN, GASTÓN JAVIER

SALTA, 2022

HOJA DE REVISIÓN

Molina Vasvari, María Mercedes; “Comercio ilegal y Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Salta. Elaboración de un Índice de RSE. Año 2018-2021”. 2022

TRABAJO FINAL REVISADO

POR:

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar la influencia que ejercen los comerciantes situados en la vía pública y las acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) sobre las unidades de negocios formales en la ciudad de Salta Capital para el período 2018-2021. La fuente de datos proviene de relevamientos periódicos y Censo Comercial de la Cámara de Comercio e Industria de la Provincia de Salta y de encuestas realizadas a fines del trabajo de tipo Likert aplicada a comercios formales. La metodología utilizada es la técnica estadística multivariada de Análisis Factorial para construir un Índice de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE) por rubro, según el nomenclador de Actividades Económicas de AFIP. Por otro lado, se centra atención en las probabilidades de transición entre los diferentes estados de locales (vacío, ocupado) utilizando *matrices de Markov* y un *modelo logístico de respuesta bivariada para datos de panel*, para establecer el aumento de probabilidad que un local se encuentre desocupado o vacío, si cuenta con la presencia de vendedores en la vía pública en su zona. Se concluye que el rubro “Ventas de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores”, como ser comercios de venta de neumáticos o repuesteras, se encuentran en el puesto número 1 con el mejor desempeño en materia de RSE, mientras que en último lugar lo ocupan aquellos locales dedicados a la “Venta al por menor de equipos, periféricos, accesorios y programas informáticos, equipos de telecomunicaciones en comercios especializados”. A su vez, los resultados señalan que los locales con presencia de vendedores en la vía pública en su zona, presentan mayores probabilidades de estar cerrados o vacíos, siendo el aumento del 9,0%. Además, se observa que durante el tiempo de pandemia los comercios disminuyeron considerablemente la probabilidad de permanecer en su estado de ocupado.

DEDICATORIA

A mis padres Marcela y Julián, a mis hermanos Milena y Valentín.

A mis abuelos, en especial a mi Tata que siempre creyó en mí y se fue sabiendo que lo lograría.

A mi tía Paola por su paciencia.

A mi director y co-director por transmitir la pasión por la carrera, acompañarme en este proceso y por su gran paciencia.

A mis amigos y compañeros, sin ellos el camino no hubiera sido igual.

A mi querida Universidad Nacional de Salta que, en los momentos personales más difíciles, ha sido mi guía para no bajar los brazos.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, las unidades económicas son una parte importante para el desarrollo, no solo económico sino también social de los países, pero en particular, en los países de bajos ingresos. Además, si bien las empresas o unidades económicas, persiguen como objetivo principal maximizar beneficios de lo que respecta a futuro, también deben conseguir minimizar los impactos negativos a la sociedad, generando impactos positivos en lo social y ambiental.

Al analizar desde diversas perspectivas la relación del empleo formal y el impacto del trabajo informal con el desarrollo de los países, se afirma siguiendo el estudio realizado por la OIT (2019) que, a nivel mundial los trabajadores independientes, las microempresas y las pymes representan el 70% del empleo y un 50% del Producto Bruto Interno (PBI) de los países. En cuanto a Argentina, el Banco Comafi (2016) realizó un Mapa Empresarial en base a datos de la Secretaría de Transformación Productiva y determinó que a 2016, en el país, existían 856.300 empresas y representaban el 66% del empleo formal privado.

Mientras que, al trabajo informal se lo considera como una de las principales problemáticas que aquejan en la actualidad, impactando negativamente no sólo el bienestar de los trabajadores y sus familias, sino también a las empresas y a la sociedad en general. En el caso de las empresas formales, las afecta porque son objeto de competencia desleal, ya que generan en el mercado una ventaja competitiva mediante la infracción de las normas. Y respecto de aquellas informales, porque les impide su crecimiento, en especial por la dificultad de acceder al crédito, la capacitación y el mercado (Neer, 2014, pág. 1).

Un dato no menor de lo expuesto anteriormente, es que en muchas circunstancias los trabajadores informales (vendedores de la vía pública) se transforman en competencia desleal frente a las unidades de negocios formales. Tanto el gobierno como comercios y cámaras locales exigen la regulación del sector informal y una mayor inclusión al mercado de trabajo.

Las empresas por medio de la generación de empleo, tienen el potencial de ser los propulsores al crecimiento económico y desarrollo local. Siguiendo con la vinculación entre el empleo y desarrollo, visto por medio de la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2030, las empresas son un motor para alcanzar parte de los ODS 2030 y lograr cumplir por sobre todo el objetivo “trabajo decente” y aportar al Mercado de Trabajo.

A su vez, si bien la empresa es un propulsor importante en los ODS 2030, diversos autores sostienen que no podrá alcanzarlos sin aplicar acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). La RSE son políticas destinadas a que la adopten tanto compañías grandes, pequeñas, como multinacionales. De esta manera el sector privado puede brindar aportes, de diversas escalas, para el cumplimiento de las metas propuestas en los ODS 2030.

La Fedecámaras Bolívar (2020) sostiene que una empresa es socialmente responsable cuando es viable económicamente, ambientalmente responsable y socialmente beneficiosa, de esta manera no solo mejora a nivel institucional, sino aporta con el cumplimiento de algunos ODS 2030 como, “Acción por el clima”, “Trabajo decente y crecimiento económico” y “Producción y consumo responsable”.

Como señala Camarán (2019) los ODS 2030 son una oportunidad para que las empresas amplíen sus acciones de RSE. A su vez, en su investigación demuestra que las empresas analizadas, a pesar de no tener conocimiento de los ODS, en sus operaciones incorporaron prácticas y políticas de RSE encaminadas a su consecución. Actualmente las firmas son conscientes de los beneficios de la RSE y su importancia en contribuir en el cumplimiento de los ODS 2030.

Por su lado, Durango (2019) cierra su investigación afirmando que la RSE va de la mano de los ODS 2030. Ya que, las empresas al aplicar la RSE contribuyen al mejoramiento social, económico y ambiental, ayudando indirectamente a aminorar la pobreza, el hambre, el impacto ambiental.

Mapfre (2019) sostiene que las empresas, sean del tamaño que sean, deben tener presentes acciones de RSE y a su vez éstas deben aproximarse a los ODS 2030 con un plan estratégico, en donde se establezca el objetivo final y el camino que se va a recorrer.

El presente trabajo tiene como principal objetivo analizar la influencia que ejercen los comerciantes situados en la vía pública y las acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) sobre las unidades de negocios formales. También se buscará establecer como las empresas contribuyen a la consecución del cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2030 en la ciudad de Salta Capital, para el período 2018-2021.

Conjuntamente se desarrollarán los siguientes objetivos específicos: **Sistematizar** la información de las empresas del medio, pymes y micropymes ubicadas en la Ciudad de Salta.

- 1- **Determinar** grados de influencias en la actividad económica proveniente de trabajadores independientes.
- 2- **Elaborar** un Índice de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE) para conocer el grado de compromisos de los comercios de la ciudad y elaborar un diagnóstico por rubro.

El trabajo se estructura en 5 Capítulos. El **Capítulo I** recopila antecedentes de la literatura sobre las investigaciones referidas al tema del presente trabajo, tanto a nivel internacional como nacional. En el **Capítulo II** se presenta el marco conceptual, detallándose conceptos y definiciones desarrollados tales como, definición de RSE, comercio ilegal y su vinculación con los ODS 2030. El **Capítulo III** aborda la metodología del trabajo, desde la determinación de la

muestra, diseño de cuestionario, análisis exploratorio de datos y métodos econométricos. En el **Capítulo IV**, se presentan los principales resultados y estimaciones, es decir, se expone la elaboración de un Índice de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE), y el impacto que el comercio ilegal ejerce sobre las unidades de negocios formales. Por último, se detallan las conclusiones y palabras finales

ÍNDICE

HOJA DE REVISIÓN	3
RESUMEN	5
DEDICATORIA	7
INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO I.....	19
MARCO TEÓRICO	19
1.1 ANTECEDENTES	19
CAPÍTULO II.....	23
MARCO CONCEPTUAL.....	23
2.1 UNIDADES DE NEGOCIOS FORMALES Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	23
2.2 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTIBLE (ODS) 2030	25
2.3 COMERCIO ILEGAL.....	27
2.4 VINCULACIÓN ENTRE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) 2030, LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) Y EL TRABAJO	28
CAPÍTULO III.....	33
METODOLOGÍA	33
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	33
3.2 DISEÑO MUESTRAL Y DE CUESTIONARIO	34
3.3 DEFINICIÓN DE VARIABLES.....	39
3.4 ANÁLISIS EXPLORATORIO DE DATOS	41
3.5 RELEVAMIENTO DE CAMPO	45
3.6 ANÁLISIS FACTORIAL.....	45
3.7 MODELO NO LINEAL DE RESPUESTA BIVARIADA PARA DATOS DE PANEL	48
CAPÍTULO IV.....	51
RESULTADOS.....	51
4.1 APLICACIÓN DEL ÍNDICE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (IRSE).....	51
4.2 MATRICES DE TRANSICIÓN.....	58
4.3 EVOLUCIÓN DEL COMERCIO ILEGAL EN LA CIUDAD DE SALTA.....	60
4.4 APLICACIÓN DEL MODELO LOGIT BINOMIAL PARA DATOS DE PANEL	63

CONCLUSIÓN	67
PALABRAS FINALES	69
BIBLIOGRAFÍA	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	35
Referencia de las calles que conforman las zonas del marco muestral. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	35
Tabla N° 2	36
Rubros de actividad comercial. Nomenclador de Actividades Económicas. Noviembre 2021. AFIP.	36
Tabla N° 3	39
Referencia de los rubros que conforman la muestra. Noviembre 2021. Ciudad de Salta	39
Tabla N° 4	40
Variables que conforman la dimensión social. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	40
Tabla N° 5	40
Variables que conforman la dimensión ambiental. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	40
Tabla N° 6	40
Variables que conforman la dimensión económica. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	40
Tabla N° 7	43
Distribución de los comercios según inscripción a AFIP. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	43
Tabla N° 8	43
Personas físicas/jurídicas según inscripción en AFIP. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	43
Tabla N° 9	45
Comercios seleccionados para encuestar y encuestas realizadas efectivamente por rubro. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	45
Tabla N° 10	55
IRSE global, ranking de comercios por rubro. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	55
Tabla N° 11	56
IRSE dimensión social, ranking de comercios por rubro. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	56
Tabla N° 12	57
IRSE dimensión ambiental, ranking de comercios por rubro. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	57
Tabla N° 13	58
IRSE dimensión económica, ranking de comercios por rubro. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	58
Tabla N° 14	58
Transición del estado de los locales. Año 2018-2019. Ciudad de Salta	58

Tabla N° 15	59
Transición del estado de los locales. Año 2019-2020. Ciudad de Salta	59
Tabla N° 16	60
Transición del estado de los locales. Año 2020-2021. Ciudad de Salta	60
Tabla N° 17	60
Transición del estado de los locales. Año 2021. Ciudad de Salta	60
Tabla N° 18	62
Cantidad de comerciantes ilegales por zona. Año 2018. Ciudad de Salta	62
Tabla N° 19	62
Cantidad de comerciantes ilegales por zona. Año 2019. Ciudad de Salta	62
Tabla N° 20	63
Cantidad de comerciantes ilegales por zona. Año 2021. Ciudad de Salta	63
Tabla N° 21	65
Aplicación del Test de Hausman para modelos Logit de repuesta binaria para datos de panel. Año 2018-2019. Ciudad de Salta	65
Tabla N° 22	65
Resultado de modelo Logit de repuesta binaria para datos de panel. Año 2018-2019. Ciudad de Salta	65
Tabla N° 23	65
Efectos marginales. Resultado de modelo Logit de repuesta binaria para datos de panel. Año 2018-2019. Ciudad de Salta.....	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	41
Distribución de locales por zona. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	41
Gráfico N° 2	41
Distribución de locales por manzana. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	41
Gráfico N° 3	42
Distribución de locales por rubro según inscripción a AFIP. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	42
Gráfico N° 4	43
Clasificación de las personas físicas según inscripción en AFIP. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	43
Gráfico N° 5	44
Comercios inscriptos como empleadores en AFIP. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	44
Gráfico N° 6	44
Personas físicas inscriptas como empleadores en AFIP. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	44
Gráfico N° 7	52
Que se entiende por RSE según comercios encuestados. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	52
Gráfico N° 8	53
Área que esperan los comercios generar beneficios al aplicar acciones de RSE. Ciudad de Salta. Noviembre 2021.....	53
Gráfico N° 9	53

Grado de conocimiento sobre los ODS 2030 por parte de los comercios. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	53
Gráfico N° 10	54
Objetivos de los ODS 2030 que los comercios consideran que pueden aportar para cumplirlo. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	54
Gráfico N° 11	61
Cantidad total de comerciantes ilegales situados en la vía pública en el micro/macro centro. Ciudad de Salta. Agosto 2018-noviembre 2021	61
Gráfico N° 12	63
Comercios, que consideran y no consideran, que la actividad de vendedores ilegales los afecta negativamente. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	63
Gráfico N° 13	64
Principales razones señaladas de porque los vendedores ilegales afectan a los comercios negativamente. Ciudad de Salta. Noviembre 2021	64

ÍNDICE DE MAPAS

MAPA N° 1	34
Marco muestral. Micro/Macro centro de la ciudad de Salta. Noviembre 2021	34
MAPA N° 2	38
Ubicación de los comercios que conforman la muestra. Noviembre 2021. Ciudad de Salta	38

ÍNDICE DE ANEXO

ANEXO 1	79
ANÁLISIS FACTORIAL. CONSTRUCCIÓN DEL IRSE	79
ANEXO 2	85
ENCUESTA DE RSE	85

ABREVIATURAS Y SIGLAS UTILIZADAS

AFIP: Administración Federal de Ingresos Públicos.

CAC: Cámara Argentina de Comercio y Servicios.

CAME: Confederación Argentina de la Mediana Empresa.

CCIPS: Cámara de Comercio e Industria de la Provincia de Salta.

CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

CNC: Cámara Nacional de Comercio, Servicio y Turismo de Chile.

CNCPS: Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales.

DMC: Dispositivo Móvil de Captura.

EPH: Encuesta Permanente de Hogares.

INDEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos.

IRSE: Índice de Responsabilidad Social Empresarial.

ISO: Organización Internacional de Normalización.

KMO: Índice de Kaiser-Meyer-Olkin.

ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible.

OIT: Organización Internacional del Trabajo.

ONU: Organización de las Naciones Unidas

PBI: Producto Bruto Interno.

PNUD: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

RAE: Real Academia Española.

RSE: Responsabilidad Social Empresarial.

RSyA: Responsabilidad Social y Ambiental.

PYME: Pequeñas y medianas empresas.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

Sumario: Antecedentes

1.1 ANTECEDENTES

Garavito (2007) en su trabajo para el Perú tiene como objetivo evaluar los programas de RSE aplicados por las empresas. En dicho país estos programas se destinan principalmente a temas relacionados con la comunidad y medio ambiente, relacionándose en menor medida con temas laborales, es decir, trabajo decente y productivo, en condiciones de libertad, igualdad, seguridad y dignidad humana. La metodología aplicada es la de análisis de las políticas de RSE. El autor concluye que dichas políticas no coinciden con la realidad del país, ya que las pautas dadas en materia de RSE generalmente son destinadas a países desarrollados en función de sus propias necesidades, enfocándose principalmente en el cuidado del medio ambiente.

A su vez, desde la disciplina contable pueden llevarse a cabo aportes para integrar la información social en índices que reflejen la Responsabilidad Social asumida por las organizaciones, denominado “Índice de Responsabilidad Social Empresaria” (IRSE). La estructura básica del IRSE debe estar compuesto por 4 dimensiones: Jurídico Institucional, Económica, Ambiental, Social. Considerando como principal componente de la dimensión Jurídico Institucional, es decir al cumplimiento de las leyes nacionales e internacionales vigentes (Geba & Fernández, 2007, págs. 1-7).

En su trabajo Ferrari et al. (2010) tiene como objetivo obtener las pautas para definir cuáles son los mecanismos de motivación que le permitan al consumidor optar, al momento de la compra, por servicios o productos provistos por organizaciones con un programa de Responsabilidad Social y Ambiental (RSyA), ya que estarían contribuyendo a la construcción del bien común. Además, demostrar que, el comercio justo es una alternativa viable para el desarrollo de la competitividad de las organizaciones, aun de aquellas que se encuentran excluidas por distintas circunstancias dentro de la economía real. Como conclusión plantea que la RSyA puede considerarse hoy en día como un valor agregado y una ventaja competitiva

Para Argentina existe una investigación de tipo descriptiva, a través de la cual se pretende profundizar la importancia que tiene para las empresas ser socialmente responsable, ya sea focalizando sus acciones en el ámbito interno o externo con los que la misma se relaciona. Llevan adelante la técnica de la encuesta y análisis de contenido de cualquier tipo de escrito. Como conclusión se tiene que, en los últimos años la RSE se está convirtiendo en uno de los ámbitos de gestión más importantes, logrando que las empresas que la aplican puedan diferenciarse de sus pares, respecto de cuestiones tales como: la protección del medio ambiente, los derechos laborales, la conciliación de la vida familiar y laboral y el respeto de los derechos humanos (Presuttari, 2016, pág. 42).

La investigación realizada por Chanduví (2018) tiene como punto de partida la problemática de la informalidad de la actividad económica y de cómo las empresas desarrollan, sin estar obligadas a hacerlo, prácticas que influyen directa o indirectamente en la solución de este problema que afecta a nuestra sociedad tanto jurídica como económica y socialmente. Asimismo, estudia el rol del Estado en este fenómeno y busca determinar si es que existe un tratamiento que fomente la aplicación de la RSE de las empresas en la Argentina. De la legislación estudiada se concluye que no existe una regulación integral que evidencie voluntad del Estado por fomentar la RSE, de ahí que no son muchas las empresas que la aplican.

Angelli et al. (2020) tienen como objetivo de su investigación construir un Índice Sintético de las Prácticas de Responsabilidad Social de las empresas argentinas del sector comercial que cotizan sus acciones en el mercado de valores de Buenos Aires. La metodología utilizada fue la técnica de análisis de contenido, es decir, se transforman los datos del texto de las Memorias de los Estados Financieros e informes de Responsabilidad Social, en índices numéricos aplicando un sistema de codificación a través de un índice que determina la proporción de información revelada. Concluyen en su trabajo que es necesario medir las prácticas de RSE, al igual que la gestión de una empresa. El Indicador Sintético propuesto permite ordenar las empresas según sus prácticas de RSE, pudiendo apreciar que algunas de ellas están más afianzadas.

Los trabajos hasta aquí mencionados tienen en común la ética con la que se desenvuelven tanto empresas como emprendedores y que puede ser medida a través de índices. Además, se evidencia la problemática del sector informal con una clara carencia de prácticas socialmente responsables. Por otro lado, a continuación, se citan aquellos trabajos relacionados al comercio ilegal con una nítida influencia sobre las unidades de negocios formales.

Perry (2007), que se citó en Contartese et al. (2011), en su estudio para América Latina enfatiza que en el caso de los trabajadores independientes prevalece la situación de “escape” por sobre la de “exclusión”. El concepto de “escape” asocia el trabajo informal con la elección voluntaria que realizan los individuos de participar en la economía informal. Tal elección estaría basada en un análisis de la relación costo-beneficio.

Por otro lado, Hirschman (1970), citado en Contartese et al. (2011), entiende por escape al hecho de que muchos trabajadores y empresas escogen su nivel óptimo de adherencia a los mandatos e instituciones estatales, en función del valor que dan a los beneficios netos que se derivan de la formalidad y al esfuerzo

y la capacidad de fiscalización que tenga el Estado. Es decir que realizan análisis implícitos de los costos y beneficios de cruzar la frontera de la formalidad y, en ocasiones, deciden no pertenecer o no participar de las instituciones formales. Por ejemplo, en el grupo de los trabajadores independientes no calificados, éstos entienden que las ventajas de los empleos formales para los que están calificados de ninguna manera compensan la mayor flexibilidad y el mayor consumo del que disponen en el presente por no realizar aportes a los sistemas de seguridad social, medicina, etc.

Neer (2014) en su trabajo tiene como objetivo determinar, a partir de evidencia empírica, que eliminar la centralidad en la RSE y en la cadena de valor tiene como consecuencia una mejora en el mercado laboral tanto en cantidad como calidad. Posteriormente concluye que la conformación de redes productivas colabora con la reducción del empleo informal, cobrando significado en ello la aplicación del concepto de RSE.

La problemática de la actividad económica informal es abordada en nuestro país por medio de un estudio de caso denominado “manteros” en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. La investigación lleva a cabo un análisis exegético. Desarrolla aportes y contribuye a la iniciación del debate para sentar las bases frente a futuras propuestas legislativas sobre la cuestión bajo estudio. Y así contribuir a la búsqueda de una solución a la problemática de la venta a cielo abierto que afecta la utilización del espacio público, el no pago de tributos, las malas condiciones laborales, entre otros (Torrice, 2016, págs. 2 y 69).

El trabajo de Camji et. al (2016), de carácter exploratorio, descriptivo y analítico, se focaliza en los trabajadores informales de la vía pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: llamados trapitos y manteros. Tiene como objetivo abordar las estrategias elaboradas por dichos actores, indagar acerca de sus trayectorias laborales, describir sus formas de apropiación del espacio, como así también el entramado de sus relaciones en el territorio. Realizan su estudio desde un enfoque metodológico cualitativo, a partir de 9 entrevistas y análisis de fuentes secundarias de información. Concluyen que la actividad realizada por estos trabajadores tiene un rasgo de informalidad laboral como rasgo normal y fundamental (actividad de “rebusque”) generando tensiones en el uso de la vía pública

CAPÍTULO II

MARCO CONCEPTUAL

Sumario: Unidades de negocios formales y Responsabilidad Social Empresarial. - Responsabilidad Social Empresarial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030. - Comercio ilegal. -Vinculación entre los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030, la Responsabilidad Social Empresarial y el trabajo.

Es necesario exponer los conceptos en los que se basará el análisis del presente trabajo, es decir el de *unidades de negocios formales, comercio ilegal, RSE y desarrollo*, considerado este último desde el enfoque de los ODS 2030. Dado los objetivos de la investigación y la vinculación del sector formal (por medio de acciones de RSE) e informal con el desarrollo, se finalizará el Capítulo con una vinculación de todos ellos bajo una mirada general, tomando en cuenta además sus principales aportes al trabajo decente.

2.1 UNIDADES DE NEGOCIOS FORMALES Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La Real Academia Española (RAE) define a la empresa como una unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos. En cuanto a la formalidad, la OIT (2007) define que una empresa formal presenta las dimensiones de: registro y concesión de licencias por parte de las autoridades nacionales, provinciales y municipales; acceso a la seguridad social para el propietario de la empresa y sus empleados; cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, entre otras cosas en materia de impuestos, cotizaciones a la seguridad social y legislación laboral.

A lo fines de este trabajo se considera a la empresa, desde un enfoque tradicional, como una unidad de negocio formal cuyo objetivo económico es el de maximizar ganancias, mientras que, desde un enfoque de Responsabilidad Social, la empresa minimiza los impactos negativos a la sociedad y genera impactos positivos contribuyendo a la creación del valor, es decir brinda sustentabilidad a la empresa en lo económico, social y medioambiental. Desde

la década de los 90 en América Latina se comenzó a utilizar con énfasis el concepto de RSE.

En el Libro Verde se define a la responsabilidad social de las empresas como, un concepto al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, pág. 4).

Según Abascal (2005) que se citó en Begoña (2015), para poder comprender el contenido de la ética empresarial hay que partir de dos postulados: la ética de la empresa tiene el mismo signo que la ética general, y la empresa no tiene responsabilidad ética por sí misma, sino que es la que poseen los miembros que la constituyen, administran y dirigen. A su vez el diseño del modelo ético que utilizan se formula de acuerdo con los diversos públicos de interés: empleados, clientes, competidores, proveedores, socios y la comunidad-medio ambiente.

La OIT (2010) define a la RSE como el modo en que las empresas toman en consideración repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario y que solo depende de la empresa y se refiere a actividades que se consideran que rebasan el mero cumplimiento de la ley.

En la norma internacional ISO 26000 (2010), se define a la Responsabilidad Social como el compromiso de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionen en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible incluyendo salud y bienestar de la sociedad. Establece 7 materias fundamentales de la Responsabilidad Social que una organización deberá abordar: Gobernanza organizacional, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad.

Por su lado, Begoña & Martínez (2015) define a la RSE como un modelo de actuación, en el cual se promueve el desarrollo de prácticas transparentes tanto en el foro interno como externo de la empresa. Este marco de actuación es un saber hacer ético. Además, suma la importancia de la relación con el Estado y las leyes, y las relaciones con los competidores.

Las organizaciones y sus partes interesadas son cada vez más conscientes de la necesidad y los beneficios de un comportamiento socialmente responsable y que el objetivo de la RSE es contribuir al desarrollo sostenible (Licandro, 2016, pág. 106).

Arias (2018) en su trabajo sostiene que todas las definiciones de RSE tienen en común la vinculación de este concepto con el desarrollo sostenible, y la integración de las operaciones de la empresa con aspectos éticos, sociales y medioambientales siempre en pro de la comunidad en la que opera.

Los autores mencionados a continuación, muestran que la aplicación de la RSE se da principalmente en las unidades de negocios formales, tanto en sus procesos estratégicos como en sus respectivos planes de negocio.

Aset (2014) tiene como objetivo enfatizar la moral, la ética y la responsabilidad en el mundo empresario y con ellos diferenciar la beneficencia de la RSE. Analiza un conjunto de indicadores de RSE y concluye que, de la misma forma que se espera que los miembros de una sociedad actúen con comportamientos morales, también se espera que las empresas actúen con comportamientos responsables y no debe quedarse en lo meramente operativo, sino que deberían integrar la RSE en su proceso estratégico.

El trabajo realizado por Nuñez et. al (2018) se base en estudiar una pyme de Buenos Aires, con el objetivo de demostrar que ésta puede llevar políticas de RSE con escasos recursos, confeccionar un plan viable en dicha materia y garantizar que los grupos de interés estén involucrados en él. La metodología se basa en un estudio de caso y concluye que la RSE podrá ser llevada a cabo con escasos recursos financieros pero que tendrá un gran impacto en la empresa tanto cualitativa como cuantitativamente.

Moreno (2016) realizó un trabajo de caso en la provincia de Salta de la empresa el Tabacal Agroindustria. Concluye que a través de las prácticas de RSE la empresa ha logrado diferenciarse de la competencia, por lo que la incorporación de la RSE en la cadena de valor es vista como una oportunidad que surge a partir de indicadores económicos, sociales y ambientales. Los programas de RSE tienen una directriz de apoyo a la comunidad, contribuyendo al desarrollo social. La empresa Tabacal Agroindustria permite la adhesión de los grupos de interés sobre políticas y acciones a fin de gestionar y velar por un equilibrio entre el ámbito social, ambiental y económico.

Moreno (2020) tuvo como objetivo en su trabajo identificar los factores que influyen sobre la implementación de la RSE, considerando que la misma aporta al proceso de creación de valor y competitividad de la empresa en el mercado en el que participa. Concluyendo que la RSE esencialmente no determina beneficios, en todo caso debe ser ponderada por cada empresa y puesto en perspectiva de acuerdo a valores y compromisos asumidos en términos sociales. La RSE es la fuerza que motoriza el cambio de alcanzar un futuro mejor, sostenible e incluyente.

2.2 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTIBLE (ODS) 2030

La Organización Mundial de las Naciones Unidas (ONU), en 2015 aprobó la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible (ODS). La agenda cuenta con 17 objetivos: fin de la pobreza, hambre cero, salud y bienestar, educación de calidad, igualdad de género, agua limpia y saneamiento, energía asequible y no contaminante, trabajo decente y crecimiento económico, industria, innovación e infraestructura, reducción de las desigualdades, ciudades y comunidades sostenibles, producción y consumo responsable, acción por el clima, vida submarina, vida de ecosistemas terrestres, paz, justicia e instituciones sólidas, alianza para lograr los objetivos.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sostiene que los ODS 2030 son universales, transformadores y civilizatorios. También, considera que, son una herramienta de planificación y seguimiento para los países, tanto a nivel nacional como local. Tienen visión a largo plazo y

constituyen apoyo a los países para lograr un desarrollo sostenido, inclusivo y en armonía con el medio ambiente, a través de políticas públicas, instrumentos de planificación, presupuesto, monitoreo y evaluación.

Actualmente los ODS 2030 se encuentran en la agenda de todos los países, ya que impulsan medidas de pobreza cero, estrategias que favorecen el crecimiento económico, además ponen principal atención a cuestiones de educación, salud, protección social, oportunidades de empleo y protección del medio ambiente.

Argentina se encuentra comprometida a movilizar los medios necesarios para cumplir con los objetivos económicos, sociales y ambientales de la Agenda 2030 cuya meta es mejorar las condiciones de vida para los próximos 15 años. Cabe destacar que el país fue un activo participante del proceso de negociaciones que dio origen a los 17 objetivos y 169 metas (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2016). Por su lado en Salta, el Ministerio de Gobierno, Derechos Humanos, Trabajo y Justicia, analizó junto a referentes de la ONU y del gobierno Nacional llevar a cabo acciones provinciales que den cumplimiento a los ODS 2030.

Diversos autores coinciden en que las acciones del sector privado para lograr los objetivos propuestos en el marco de los ODS 2030 están estrechamente vinculadas con la RSE y que ella debe ser una parte central de los planes de negocios.

Como señala Remacha (2017), la comunidad internacional llama al sector privado a participar activamente para lograr el cumplimiento de los ODS 2030. Además, sostiene que la RSE ofrece el marco idóneo para desarrollar estrategias empresariales encaminadas a cumplir los ODS, y postula que las empresas, como miembros de la sociedad, poseen el deber ético de contribuir a la mejora social. La consecución de los ODS creará el escenario ideal para que el sector privado pueda desarrollar su actividad. Si bien dichos objetivos se dirigen principalmente a empresas multinacionales, también animan a las pequeñas y medianas empresas a utilizarlo como fuente de inspiración y adaptarlo según convenga.

Duarte (2017) que lo citó Olaya (2020) señala que las organizaciones al acogerse a los ODS 2030 logran mayor atracción de capitales, mejor relacionamiento con los grupos de interés, el fortalecimiento de la marca, la fidelización de clientes, entre otros.

A su vez los ODS generan beneficios para las empresas como ser la apertura a nuevos mercados y oportunidades de negocio, y poder focalizar las estrategias y mejoras en las relaciones con los grupos de interés (Moreno, Cátedra de Ética y Responsabilidad Social Empresaria, 2020, pág. 73 y 74).

Ríos (2020) tiene como objetivo analizar cómo las empresas pueden contribuir a alcanzar las metas de los ODS 2030 por medio de la RSE. Llegando a la conclusión de que existen diferencias en el progreso para la consecución de los ODS en América Latina y el Caribe. Es evidente que para poder cumplir muchas de las metas establecidas en la Agenda 2030 será fundamental la intervención de gobiernos, del sector privado y del resto de la sociedad civil. Remarcando que la actual pandemia del covid-19 y su eminente impacto sobre la pobreza, desempleo hizo el reto mucho más complicado aún.

Olaya (2020) en su artículo de opinión propuso tratar la relación entre la RSE y los ODS 2030. Sostiene que la RSE se debe considerar voluntaria y debería ser

apropiada por intención de la empresa en querer aportar positivamente a la sociedad. Tener presente los ODS 2030 es aprovecharlos como oportunidad para crecer y suscitar beneficios en las entidades con lo cual, las empresas deben tener un objetivo claro y continuo. La RSE y los ODS 2030 son el complemento perfecto para conservar y preservar el mundo en que vivimos.

2.3 COMERCIO ILEGAL

Chicaiza (2015) expresa que el comercio informal es una característica fundamental de los países en vías de desarrollo y que es un fenómeno complejo y multifacético. Define como comercio informal a las personas que deambulan en las diferentes calles de una manera desprotegida, ya que no cuentan con ningún organismo que los regule y controle. Su investigación tiene por objetivo analizar la incidencia del comercio informal sobre el comercio regulado en Quito, Ecuador. La metodología aplicada es la de la entrevista a comerciantes informales y formales. Concluye que el comercio informal afecta negativamente a los comerciantes formales ya que existe competencia desleal, ofreciendo los productos a precios bajos.

Santibañes (2017) sostiene que el comercio en la vía pública es una de las expresiones más visibles y dinámicas de la economía informal. A su vez, es uno de los dilemas que enfrentan los gobiernos en la actualidad. Su trabajo tiene como objetivo conocer el sistema socio espacial del comercio informal en la vía pública en la Ciudad de Buenos Aires y analizar los efectos que tiene este nuevo tipo de informalidad en el espacio público y orden urbano, llevando a cabo la metodología de la encuesta. Como conclusión se tiene que muchas veces la obtención de ingresos por parte de los individuos que ejercen el comercio informal en la vía pública es mayor que la motivación de formalización, ya que regularizar la actividad implicaría aumentar los costos de inversión (alquiler, obtener habilitación, regularizarse tributariamente, entre otros). Al mismo tiempo al ser una actividad informal produce inseguridad social y económica, trabajo sin garantías, falta de beneficios sociales para los vendedores, evasión impositiva, inseguridad, precarias condiciones de higiene de los alimentos, piratería, falsificación de marca y competencia desleal con el comercio establecido.

Quispe et al. (2018) en su estudio para el Ecuador define al comercio informal como una actividad comercial de compra y venta de productos y servicios como: ventas de prendas de vestir, frutas, utensilios, entre otras, que desarrolla una persona con un capital pequeño en un puesto fijo de la calle o ambulando y que no paga impuestos. Su investigación de tipo descriptiva, tiene como objetivo identificar las causas del comercio informal en la ciudad de Riobamba. Concluye que el comercio informal contribuye a la evasión tributaria y, su incremento se debe a la migración, desempleo, crecimiento poblacional, falta de capital de inversión, desconocimiento de las normas tributarias y al desconocimiento de la regulación del uso público.

El Observatorio de Comercio Ilícito, que se encuentra dentro de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC) realizó en 2016 el estudio del comercio ambulante ilegal en Santiago y sus implicancias en la seguridad ciudadana. El objetivo fue dimensionar el fenómeno del comercio ambulante no autorizado en 6 zonas urbanas del Gran Santiago. Su trabajo concluye que el comercio informal, por un lado, se considera un signo de

dinamismo popular, pero por otro, produce una competencia desleal hacia los negocios formales que día a día trabajan por cumplir con todas las normativas existentes. Además, junto a la ilegalidad de este tipo de comercio, se enfrenta también el problema de la piratería y contrabando.

Nuevamente en 2018, el Observatorio de Comercio Ilícito, en una mesa de trabajo público-privado para tomar medidas para el combate del comercio ilegal, sostuvo que éste es una amenaza de orden público y una competencia desleal hacia los negocios formales. Junto a esto se debe considerar la pérdida fiscal asociada, dado a los enormes montos que se transan sin ningún tipo de pago de impuestos y los riesgos que conllevan para el consumidor de adquirir productos de dudosa procedencia perjudiciales para la salud y sin garantías.

La Cámara Argentina de Comercio y Servicios (CAC) define al comercio ilegal como todo aquel vendedor que se encuentra instalado en un lugar fijo y no aquellos que son ambulantes. Es decir, todo aquel que venda, aunque de forma precaria, se muestre asentado en un lugar ya sea con mesa, caballete o simplemente en el piso.

La Cámara de Comercio e Industria de la Provincia de Salta (CCIPS) define al Comercio ilegal a 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).

La Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), en un comunicado de prensa del 27 de julio de 2019, informa los resultados de la encuesta aplicada sobre comercio ilegal, dónde sostiene que se deben establecer políticas de inclusión impositiva a nivel municipal, provincial y nacional que simplifiquen el régimen fiscal impositivo para que los emprendedores puedan legalizarse.

Por otro lado, CAME en el mismo comunicado del 27 de julio de 2019, se dedicó a realizar una campaña para concientizar sobre los prejuicios de la venta ilegal, principalmente, poner en evidencia lo que puede generar a la salud una mercadería ilegal. Se determinó que los anteojos pueden afectar la vista y el vidrio generar lesiones en los ojos, se identificaron termos que contenían mercurio, juguetes tóxicos y químicos ilegales en los cigarrillos falsificados. Además, no ingresan al fisco los impuestos destinados al bien común, como salud, educación, seguridad y obras públicas. La expansión de la ilegalidad no sólo destruye al comercio sino también al país, desalentando a la industria, a los emprendedores, a la radicación de empresas y el diseño y desarrollo de la Nación.

2.4 VINCULACIÓN ENTRE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) 2030, LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) Y EL TRABAJO

Actualmente, por medio de los ODS 2030 y la aplicación de la RSE se espera, tanto a nivel local como mundial, obtener mejoras sustentables en las áreas social, ambiental y económica. Para alcanzar tal fin es necesario contar con el

compromiso por parte de la comunidad, el gobierno, y el sector privado representado por las empresas.

Tanto las políticas Públicas como los aspectos de la RSE, deben ser diseñados en concordancia con la agenda de los ODS 2030. Dichos objetivos sirven como una planificación a largo plazo para lograr un nivel de desarrollo sostenible, inclusivo y cuidando el medio ambiente.

El trabajo de Ormazza et al. (2020) resume la vinculación de la RSE con 8 de los 17 objetivos de la agenda 2030. Siendo:

- *Objetivo 1:* Fin de la Pobreza
- *Objetivo 2:* Hambre cero
- *Objetivo 6:* Agua limpia y saneamiento
- *Objetivo 7:* Energía asequible y no contaminante
- *Objetivo 8:* Trabajo decente y crecimiento económico
- *Objetivo 11:* Ciudades y comunidades sostenibles
- *Objetivo 12:* Producción y consumo responsable
- *Objetivo 16:* Paz, justicia e instituciones sólidas

Relacionando su consecución con las acciones de RSE vista desde 3 dimensiones:

Dimensión social que procura mejorar la calidad de vida, salud y educación. Apunta a una vida digna, un trabajo estable y con posibilidades de desarrollo personal, profesional y familiar.

Dimensión ambiental que contribuye con un medio ambiente sano y sostenible, utilizando energía renovable.

Dimensión económica que busca el crecimiento equitativo económico sin perjudicar los recursos medio ambientales, además beneficio económico, crecimiento y rentabilidad, relaciones de mutuo beneficio y satisfacción del cliente.

Si bien el trabajo expuesto lo relaciona con 8 de los 17 objetivos, cabe destacar que en mayor o menor medida la RSE se vincula con todos los ODS 2030. En Argentina el organismo encargado de llevar a cabo la implementación y seguimiento de la agenda ODS 2030 es el Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales (CNCPS). Mientras que la vinculación entre dichos objetivos con el sector privado es implementada mediante el Pacto Global lanzado en el año 2003 impulsado a su vez por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y por la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

El Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales en el informe “El sector privado empresarial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible” publicado en el año 2017, expone que en el Pacto Global se promueve la aplicación de 10 principios relacionados con el área de derechos humanos, laborales, protección del medio ambiente y anti corrupción, dentro del marco de la aplicación de acciones de RSE.

A su vez dichos principios se encuentran correlacionados con los ODS, es decir que si el sector privado alinea sus acciones de RSE con los principios

establecidos en el Pacto Global desembocaría en el cumplimiento a los ODS (Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales, 2017, pág. 23) .

El Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales realizó un análisis entre enero 2016 y noviembre 2017 de reportes entregados por las empresas adheridas al Pacto Global. En Argentina el 67% de las empresas poseen metas y compromisos asignados con los ODS. Los objetivos que reciben mayor contribución y compromiso son el **objetivo 4 Educación de calidad** y el **objetivo 8 Trabajo decente y crecimiento económico**.

La United Nations Global Compact de New York en el año 2017 muestra que los ODS que reciben un mayor aporte por parte de las empresas a nivel mundial son: **Objetivo 8 Trabajo decente y crecimiento económico, Objetivo 3 Salud y bienestar, Objetivo 4 Educación de calidad, Objetivo 5 Igualdad de género y el Objetivo 12 Producción y consumo responsable**.

Ahora bien, la evidencia muestra que tanto en Argentina como a nivel mundial el **objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico** lleva principal atención por parte del sector privado, brindando una mayor contribución para su cumplimiento. El objetivo busca mejorar el espacio del trabajo, reduciendo la tasa de desempleo, la informalidad laboral, las brechas salariales, mejorar las condiciones laborales, aumentar la productividad y la inclusión financiera, lo cual desembocará en un crecimiento económico sostenido e inclusivo.

Entre los indicadores de seguimiento que se utilizan para evaluar el cumplimiento de las metas del objetivo 8 propuestos por el Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales en junio 2021, se tiene los siguientes:

- *Tasa de empleo de la población en edad de trabajar (en porcentaje).*
- *Tasa de ocupación registrada (en porcentaje).*
- *Salario real.*
- *Brecha de género en los ingresos laborales (en porcentaje).*
- *Porcentaje de jóvenes (de 16 a 24 años) que no estudian, no trabajan ni buscan empleo.*
- *Tasa de empleo no registrado (en porcentaje).*
- *Cantidad de puestos de trabajo en la industria turística.*
- *Cajeros automáticos por cada 100.000 adultos.*
- *Proporción de la población adulta que tiene una cuenta en un banco u otra institución financiera o en un proveedor de servicios de pago.*

En base a datos de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) realizada por INDEC al tercer trimestre 2021, Salta¹ posee una tasa de empleo del 42,0%, una tasa de actividad del 45,2% y una tasa de desempleo del 7,0%. Al segundo trimestre 2021, la brecha salarial por género en Salta refleja que las mujeres ganan un 26,1% menos que sus pares. En cuanto a la informalidad laboral del mismo período, el 45,0% de los asalariados son informales, es decir no cuentan con aportes al sistema jubilatorio o no aportan por sí mismo a uno y no poseen obra social. Observando a los jóvenes del Aglomerado Gran Salta de edades centrales entre 15 y 24 años, el 14,2% no trabajan y no estudian, discriminando por sexo, las mujeres representan un mayor porcentaje, siendo del 52,3%, mientras que los hombres bajo esta condición ascienden al 47,7%.

¹ Datos relevados por INDEC para el Aglomerado Gran Salta.

Siguiendo con lo expuesto en el apartado 2.3, los comerciantes situados en la vía pública se encuentran en claras condiciones de informalidad laboral. La OIT (2016) expone que los trabajadores informales tienen empleos en general de mala calidad, con bajos salarios, extensa jornada laboral, no poseen capacitación ni aportes a un sistema jubilatorio ni protección social, encontrándose de esta manera en una vulnerabilidad tanto laboral como económica.

Por su lado, CAME (2020) sostiene que la presencia de comerciantes ilegales agrava la situación de pandemia que se vive, ya que no se cumple ningún tipo de medida sanitaria ni protocolo. Además, de que cada mantero o puestero que se encuentra vendiendo son empleos formales que se pierden. Ante la falta de control por parte de las autoridades, la institución dicta talleres a este tipo de comerciantes para lograr su inclusión social, de esta manera muchos de ellos podrán convertirse en emprendedores ingresando al sistema formal.

Cisera (2022) analiza el fenómeno de comercio informal y considera que prohibir definitivamente la venta en la vía pública no sería una solución, ya que dejaría en total situación de calle a las personas que viven bajo esta informalidad. Si bien existe un control por parte del gobierno esto no alcanza para solucionar el problema, se debe desalentar este tipo de actividad informal, brindando capacitaciones para que puedan ingresar al sistema formal. Pero a su vez deja caer en cuenta que, si bien la solución sería que todos ellos pasen a tener emprendimientos formales, la gran carga tributaria para contratar trabajadores y emprender hace que elijan otro tipo de modelo bajo la informalidad.

En síntesis, en la actualidad la contribución del sector privado con el objetivo 8 de la agenda 2030 es prioritaria y para lograrlo es necesario la aplicación de acciones de RSE por parte de las empresas independientemente de su tamaño o sector. Los esfuerzos y estrategias deben ser para reducir el trabajo no registrado, la precariedad de los empleos y generar condiciones para que los emprendimientos o empresas puedan crecer en condiciones sustentables y de esta manera cumplir con las metas del objetivo.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Sumario: Tipo de investigación. - Diseño muestral y de cuestionario. - Definición de variables. - Análisis exploratorio de datos. - Relevamiento de campo. - Análisis Factorial. - Modelo no lineal de respuesta bivariada para datos de panel.

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Con el fin de contrastar la hipótesis principal del trabajo, la cual considera que las unidades de negocios formales llevan a cabo acciones de RSE que desembocan en la consecución de los ODS 2030, se aplicará una metodología mixta, utilizando datos cualitativos y cuantitativos.

Un enfoque mixto recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio. Para Sampieri & Hernández (2014): “Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y cíclicos de investigación e implican la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. El enfoque mixto, entre otros aspectos, logra una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno, ayuda a definir el planteamiento del problema con mayor claridad, produce datos más ricos y variados, potencia la creatividad teórica, apoya con mayor solidez las inferencias científicas y permite una mejor exploración y explotación de los datos”.

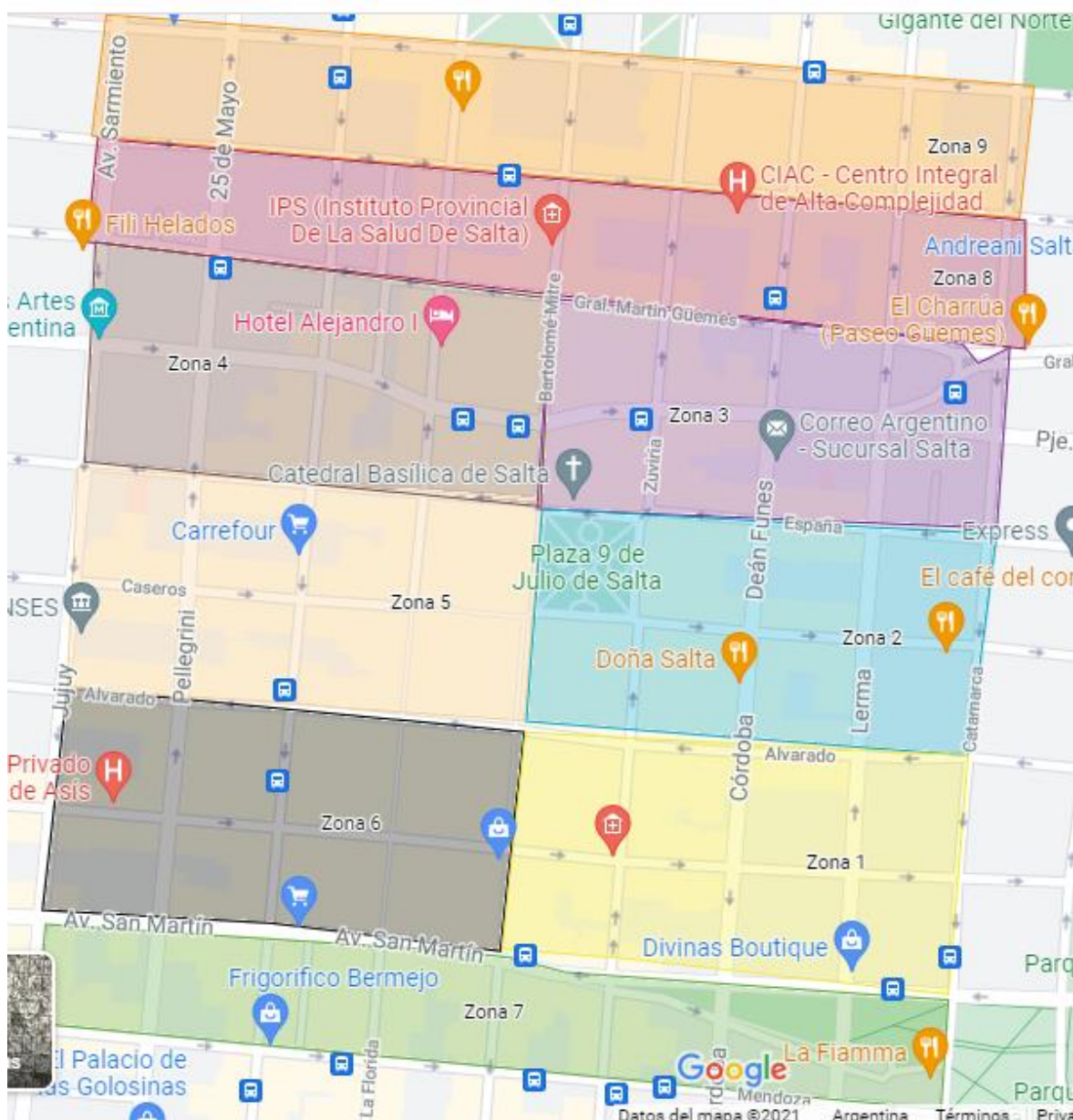
La recolección de datos tendrá lugar por medio de la aplicación de una encuesta a comercios situados en la ciudad de Salta, para así elaborar un Índice de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE).

Mientras que, con el fin de contrastar la hipótesis secundaria que sostiene que los comerciantes en la vía pública ejercen influencia negativa en los comercios formales, se elaborará una base de datos consistentes, para aplicar un modelo de carácter econométrico, calculando la probabilidad que un local comercial se encuentre vacío o cerrado, dada la presencia de trabajadores situados en la vía pública.

3.2 DISEÑO MUESTRAL Y DE CUESTIONARIO

El marco muestral del cual se parte, es la base de datos del Censo Comercial realizado por el Observatorio Económico de la CCIPS durante el segundo semestre del año 2018. El Censo Comercial está compuesto por 9 zonas de 8 manzanas cada una pertenecientes al micro/macro centro de la ciudad de Salta que posee la mayor concentración comercial (ver Mapa 1 y Tabla 1).

Mapa N° 1: Marco muestral. Micro/Macro centro de la ciudad de Salta. Noviembre 2021



Fuente: Observatorio Económico-CCIPS 2018-2021

Tabla N° 1: Referencia de las calles que conforman las zonas del marco muestral. Ciudad de Salta. Noviembre 2021

Zona	Calles
Zona 1	San Martín, Alberdi, Alvarado y Catamarca
Zona 2	Alvarado, Alberdi/Mitre, España y Catamarca/Vicente López
Zona 3	España, Mitre, Gral. Güemes y Vicente López
Zona 4	España, Av. Sarmiento, Gral. Güemes y Mitre
Zona 5	Alvarado, Av. Jujuy/Av. Sarmiento, España y Alberdi/Mitre
Zona 6	Av. San Martín, Av. Jujuy, Alvarado y Alberdi
Zona 7	Catamarca, Mendoza, Av. Jujuy y Av. San Martín
Zona 8	Vicente López, Gral. Güemes, Av Sarmiento, Santiago del Estero
Zona 9	Vicente López, Santiago del Estero, Av Sarmiento, Leguizamón.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Observatorio Económico-CCIPS 2018-2021

El Censo Comercial brinda información de la ubicación de los locales por zona, su rubro y situación fiscal, por medio del CUIT. Para la muestra se considera la zona y el rubro utilizando el Nomenclador de Actividades Económicas de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP).

De esta manera el muestreo será estratificado por zona y rubro con selección aleatoria. Considerando Newbold et al. (2008), el muestreo estratificado supone que una población de N individuos puede subdividirse en K grupos mutuamente excluyentes y colectivamente exhaustivos o estratos. Un muestreo aleatorio estratificado es la selección de muestras aleatorias simples independientes de cada estrato de la población. Si los k estratos de la población contienen N_1, N_2, \dots, N_k miembros entonces: $N_1 + N_2 + \dots + N_k = N$ (3.2.1)

No es necesario tomar el mismo número de miembros de la muestra de cada estrato. Sea el número de la muestra n_1, n_2, \dots, n_k , en este caso el número total de miembro de la muestra es: $n_1 + n_2 + \dots + n_k = n$ (3.2.2)

Siguiendo al Instituto Nacional de Estadística y Censos INDEC (2020) la estratificación, es el proceso de dividir las unidades del marco de muestreo, basado en un criterio, en grupos homogéneos y mutuamente excluyentes llamados “estratos”. Su principal objetivo en un diseño muestral es reducir el error de muestreo en una estimación. En ocasiones, los estratos pueden ser dominios de estimación de una encuesta, en cuyo caso el tamaño de la muestra deberá contemplar la precisión preestablecida para las estimaciones en los estratos

Ahora bien, los estratos por zona, se construyen considerando el rubro de los comercios del universo poblacional según el Nomenclador de Actividades Económicas de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), distinguiendo los siguientes:

Tabla N° 2: Rubros de actividad comercial. Nomenclador de Actividades Económicas. Noviembre 2021. AFIP.

Rubro de actividad comercial a considerar	Rubros incluidos
Venta al por menor de bienes culturales y recreativos en comercios especializados	Venta al por menor de libros, diarios/revistas, artículos de librería, CD, DVDs, artículos de caza y pesca, juguetes, cotillón, juegos de mesa, bicicletas, aparatos de gimnasia, etc.
Venta al por menor de equipos de uso doméstico n.c.p. en comercios especializados	Ventas al por menor de hilados, tejidos, artículos de mercaderías, textiles n.c.p., artículos de ferretería, materiales eléctricos, pinturas, cristales, espejos, mamparas, materiales de la construcción, electrodomésticos, artefactos para el hogar y equipos de audio o video, colchones y somieres, iluminación, bazar y artículos para el hogar como perchas, marcos y cuadros.
Venta al por menor de equipos, periféricos, accesorios y programas informáticos, equipos de telecomunicaciones en comercios especializados	Venta al por menor de equipos, periféricos, accesorios y programas informáticos, aparatos de telefonía y comunicación.
Venta al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en comercios especializados	Ventas al por menor de productos lácteos, fiambres, embutidos, productos de almacén, dietética, carnes rojas, menudencias, huevos, carne de aves y productos de granja y de la caza, frutas, legumbres, hortalizas frescas, productos de panadería, bombones, golosinas, productos de confitería, bebidas y tabaco en comercios especializados.
Venta al por menor de productos n.c.p., en comercios especializados	Venta al por menor de ropa interior, medias, uniformes escolares, indumentaria para bebés, niños, deportiva, pendas de cuero, prendas y accesorios de vestir, calzado, calzado deportivo, marroquinería, productos farmacéuticos y herboristería, cosméticos y perfumería, instrumental médico, odontológico y ortopédico, óptica y fotografía, relojería/joyería, bijouterie y fantasía, flores, plantas, productos de limpieza, productos veterinarios, obras de arte, artículos nuevos, antigüedades, oro, monedas y sellos.
Venta al por menor en comercios no especializados	Venta al por menor en hipermercados, supermercados, minimercados, kioscos, polirrubros y comercios no especializados.
Venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores	Ventas al por menor de cámaras y cubiertas, baterías, partes, piezas y accesorios nuevos n.c.p.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFIP 2021

El tamaño de la muestra se determina con la cantidad de comercios por rubro en cada estrato, en este caso zonas, y se seleccionarán a través de un muestreo de probabilidad proporcional al tamaño. Cabe considerar que el método de reposición será el más cercano, considerando que los comercios que se localicen en las mismas zonas tienen características similares.

De esta manera, la muestra estará compuesta por **157 comercios** que se distribuyen en las 9 zonas del micro/macro centro de la ciudad de Salta (ver Mapa 2 y Tabla 3), siendo esto exógeno tomando la delimitación del espacio de los relevamientos realizados por el Observatorio Económico de la CCIPS como se dijo anteriormente.

Con el objetivo que la muestra sea representativa para toda la ciudad de Salta, se creó una variable de expansión por zona y rubro, siendo ésta el resultado de la inversa de la probabilidad conjunta de selección.

INDEC (2020) define al factor de expansión como un valor asociado a cada unidad elegible y que responde a la muestra, que se construye a partir de la inversa de la probabilidad de inclusión de cada unidad o peso muestral inicial. Puede incluir distintos tipos de ajustes, para disminuir en lo posible los errores de cobertura y de no respuesta que afectan la encuesta, y ser tratados por un proceso de calibración que lleva en general a ganar eficiencia y precisión en las estimaciones. Los factores de expansión finales son los que se emplean tanto para generar todas las estimaciones de una encuesta como en los cálculos del error muestral al determinar la precisión alcanzada.

Formalmente el factor de expansión puede ser definido como

$$w_{oijk}^V = w_{1i}w_{2ij}w_{3ijk},^2 \quad (3.3.3)$$

Dónde:

w_{1i} es la inversa de probabilidad de inclusión del i -ésimo comercio de la primera etapa de muestreo por zona.

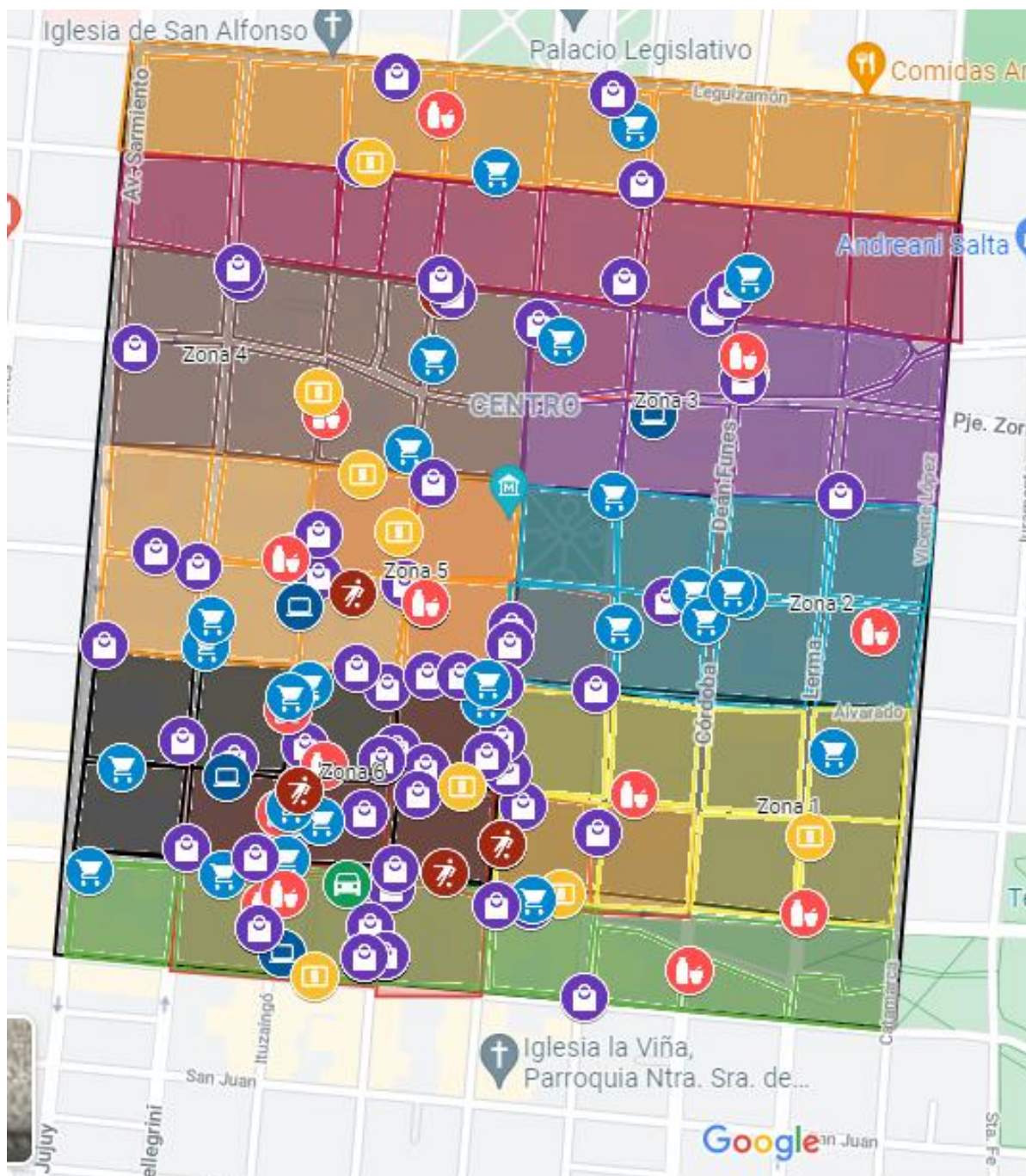
w_{2ij} es la inversa de la probabilidad de inclusión en la segunda etapa de muestreo, por rubro, del j -ésimo comercio dentro del i -ésimo comercio de la primera etapa de muestreo ya seleccionada

w_{3ijk} , es la inversa de la probabilidad de inclusión en la última etapa de muestreo de la k -ésimo comercio dentro de la j -ésima unidad de segunda etapa de muestreo de la i -ésima unidad de primera etapa de muestreo seleccionada

Así la muestra de 157 locales se expande a **7.507 comercios**, siendo representativo para toda la ciudad.

² Para facilitar la lectura en la notación se omiten los subíndices correspondientes a los estratos definidos por el diseño muestral de las unidades de primera etapa de muestreo y las unidades de la segunda etapa de muestreo, por lo que queda implícita la pertenencia a estos cada vez que se refiera al subíndice i de los comercios de la primera etapa y al j de los comercios de la segunda.

Mapa N° 2: Ubicación de los comercios que conforman la muestra. Noviembre 2021. Ciudad de Salta



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio Económico-CCIP 2021

Tabla N° 3: Referencia de los rubros que conforman la muestra. Noviembre 2021. Ciudad de Salta

Referencia	Rubro
	Venta al por menor de productos n.c.p en comercios especializados
	Venta al por menor de equipos de uso doméstico n.c.p en comercios especializados
	Venta al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en comercios especializados
	Venta al por menor en comercios no especializados
	Venta al por menor de bienes culturales y recreativos en comercios especializados
	Venta al por menor de equipos, periféricos, accesorios y programas informáticos, equipos de telecomunicaciones en comercios especializados
	Venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio Económico-CCIPS 2021

El instrumento de recolección de datos es una encuesta de tipo Likert con puntajes del 1 al 4, dónde 1 es muy malo y 4 muy bueno, en preguntas cerradas aplicada a la muestra. El estudio de la RSE comprende 3 dimensiones, “Social”, “Ambiental” y “Económica”. Previamente se realizó una caracterización de cada comercio y los conocimientos que poseen de los fenómenos en estudio en el presente trabajo: RSE, ODS 2030 y comercio ilegal.

La encuesta consta de 27 preguntas y 6 bloques (ver anexo). Para elaborar la misma se tuvo en consideración la encuesta de RSE 2011 aplicada por PWC en Costa Rica.

3.3 DEFINICIÓN DE VARIABLES

A continuación, se detallan las 14 variables por dimensión que se consideran para el análisis. El objetivo será a partir de todas ellas, encontrar una menor cantidad de variables para elaborar el IRSE tanto global como por dimensión.

Dimensión social

Tabla N° 4: Variables que conforman la dimensión social. Ciudad de Salta. Noviembre 2021

Variable	Pregunta de la encuesta
Dimsocial	¿Interpreta a la RSE como parte de su estrategia de desarrollo de negocio?
Dimsocial1	¿Incluye un enfoque de RSE en su misión y visión?
Dimsocial2	¿Lleva a cabo programas de capacitación y formación para los trabajadores?
Dimsocial3	¿Se realizan acciones positivas para la sociedad?
Dimsocial4	¿Se respetan los derechos de los trabajadores?
Dimsocial5	¿Respetan los derechos y cupos laborales de la mujer, personas con capacidades diferentes e inclusión de género?
Dimsocial6	¿Qué porcentaje de su presupuesto o recursos asigna para realizar acciones de RSE?

Fuente: Elaboración propia a partir del diseño del cuestionario realizado 2021

Dimensión ambiental

Tabla N° 5: Variables que conforman la dimensión ambiental. Ciudad de Salta. Noviembre 2021

Variable	Pregunta de la encuesta
Dimambiental	¿Conoce todos los impactos sociales y ambientales que su empresa genera?
Dimambiental1	¿Se llevan a cabo acciones para la reducción del consumo de energía, agua y reducción de residuos?
Dimambiental2	¿Utiliza productos no contaminantes?

Fuente: Elaboración propia a partir del diseño del cuestionario realizado 2021

Dimensión Económica

Tabla N° 6: Variables que conforman la dimensión económica. Ciudad de Salta. Noviembre 2021

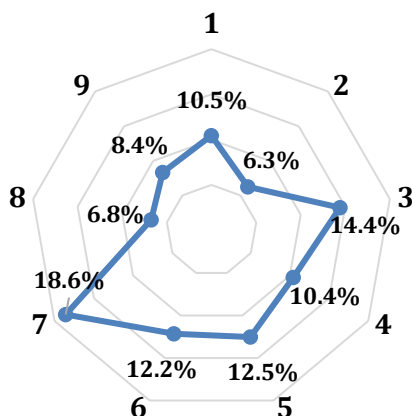
Variable	Pregunta de la encuesta
Dimeconomica	¿Realiza acciones para fidelizar clientes?
Dimeconomica1	¿Cumple con todas las obligaciones fiscales?
Dimeconomica2	¿Mide de forma periódica la utilidad que genera su comercio?
Dimeconomica3	¿Incluye en sus balances y estados contables indicadores sociales y ambientales?

Fuente: Elaboración propia a partir del diseño del cuestionario realizado 2021

3.4 ANÁLISIS EXPLORATORIO DE DATOS

A continuación, se realiza un análisis exploratorio de la muestra expandida para la ciudad de Salta. Como se observa en el Gráfico 1, el 18,6% de los comercios encuestados se encuentran en la zona 7 al sur del centro, delimitada por las calles Catamarca, Mendoza, Av. Jujuy y Av. San Martín, que a su vez posee una gran afluencia de gente y es un sector muy comercial. Le sigue con el 14,4% los comercios ubicados en la zona 3 (España, Mitre, Gral. Güemes y Vicente López).

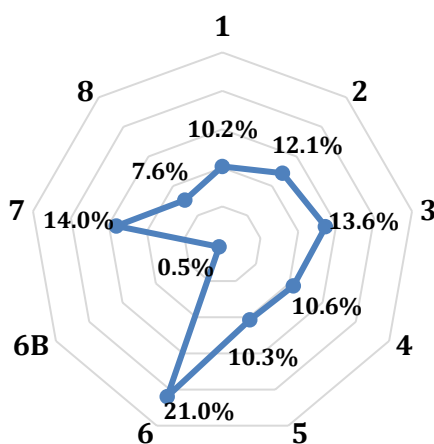
Gráfico N° 1: Distribución de locales por zona. Ciudad de Salta. Noviembre 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la muestra del Censo Económicos-CCIPS 2021

En cuanto a las manzanas que conforman cada zona, la número 6 posee el 21,0% de los comercios, seguido por la manzana 7 que concentra el 14,0% de los locales de la muestra (ver Gráfico 2).

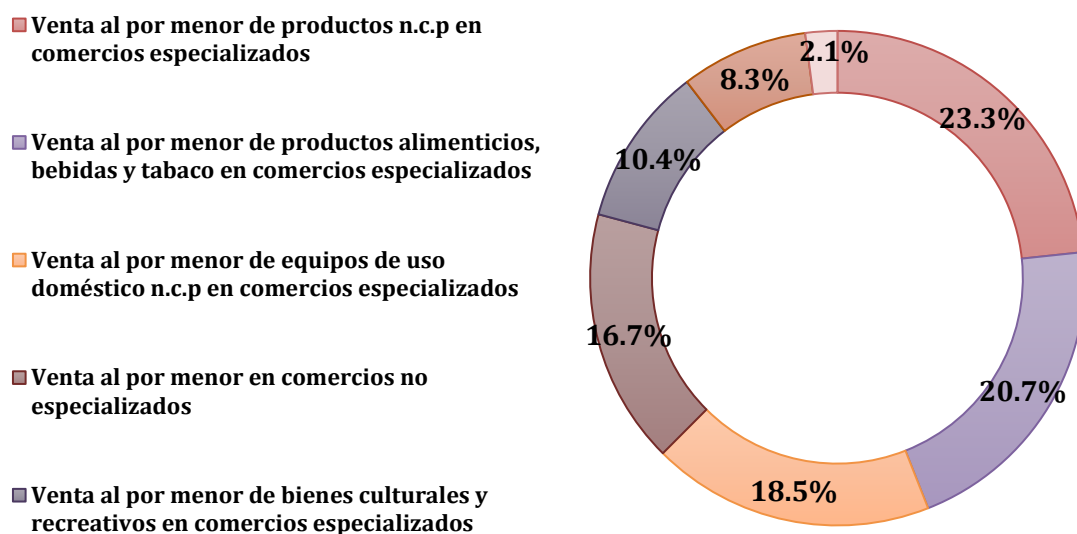
Gráfico N° 2: Distribución de locales por manzana. Ciudad de Salta. Noviembre 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la muestra del Censo Económicos-CCIPS 2021

Los comercios dedicados a la “Venta al por menor de productos n.c.p en comercios especializados”, siendo el caso de ópticas, indumentaria, bijouterie de fantasía, joyería, entre otros, representan el 23,3%. Seguido por un 20,7% de aquellos dedicados a la “Venta de productos alimenticios, bebidas y tabaco en comercios especializados” como ser la venta de lácteos, fiambres, panaderías y carnicerías. Por su lado, la “Venta al por menor de equipos de uso doméstico n.c.p en comercios especializados” que incluye colchonerías, mueblerías, bazar, pinturería, ferretería e iluminación representan un 18,5% (ver Gráfico 3).

Gráfico N° 3: Distribución de locales por rubro según inscripción a AFIP. Ciudad de Salta. Noviembre 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la muestra del Censo Económicos-CCIPS 2021

Ahora bien, como muestra la Tabla 7 y considerando la información fiscal brindada por el CUIT de cada local, el 35,3% no registra impuestos activos, las causas principalmente se deben a que nunca concretaron la inscripción, baja automática por falta de pago o falta de presentación de declaraciones juradas de IVA o Ganancias en los últimos 3 años (AFIP, 2021).

Le siguen aquellos locales cuya razón social son personas físicas y poseen ganancia en sociedades (23,5%). Por su lado, los monotributistas representan un 18,4%. En cuanto a los comercios cuya razón social es de personas jurídicas y poseen Sicomre-Impuesto a las ganancias, Ganancia en Sociedad o Ganancia Mínima Presunta representan un 22,8%

Tabla N° 7: Distribución de los comercios según inscripción a AFIP. Ciudad de Salta. Noviembre 2021

Inscripción a AFIP	%
No registra impuestos	35.3%
Ganancias Personas Físicas	23.5%
Monotributista	18.4%
Sicore-Impto. a Las Ganancias	10.1%
Ganancias Sociedades	9.5%
Ganancia Mínima Presunta	3.2%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la muestra del Censo Económicos-CCIPS 2021

De lo que respecta a personas físicas y jurídicas, como refleja la Tabla 8, el 73,8% de la muestra corresponden a personas visibles o físicas, mientras que el 26,2% restante tienen una razón social como personas jurídicas.

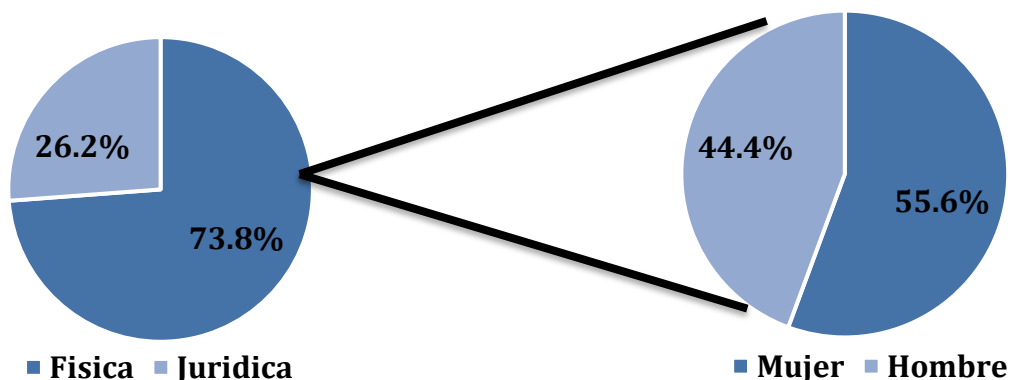
Tabla N° 8: Personas físicas/jurídicas según inscripción en AFIP. Ciudad de Salta. Noviembre 2021

Persona	%
Física	73.8%
Jurídica	26.2%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la muestra del Censo Económicos-CCIPS 2021

Si se observa a las personas físicas distinguiendo entre mujeres y hombres, en su mayoría son mujeres (55,6%), mientras que los hombres representan el 44,4% (ver Gráfico 4).

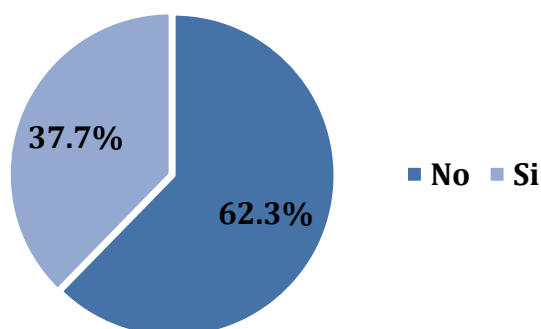
Gráfico N° 4: Clasificación de las personas físicas según inscripción en AFIP. Ciudad de Salta. Noviembre 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la muestra del Censo Económicos-CCIP 2021

En cuanto a la generación de empleo, sólo el 37,7% de los comercios están inscriptos como empleadores ante AFIP. Lo cual se corresponde con que Salta posee altas tasas de informalidad laboral (ver Gráfico 5).

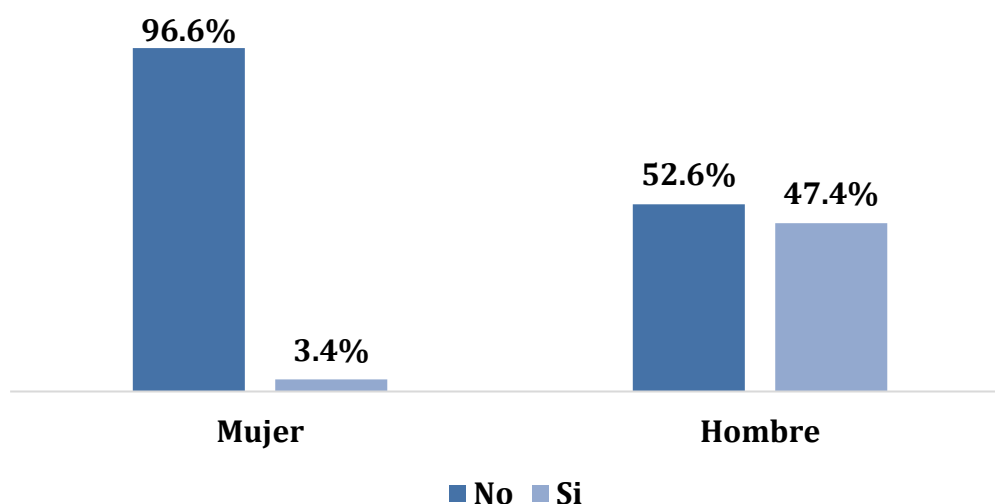
Gráfico N° 5: Comercios inscriptos como empleadores en AFIP. Ciudad de Salta. Noviembre 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la muestra del Censo Económicos-CCIPS 2021

Por último y un dato no menor, es que al observar las personas físicas y discriminarlas entre aquellas inscriptas como empleadores y no empleadores, el 96,6% de las mujeres no son empleadoras. Mientras que el caso de los hombres casi el 50% si se encuentran inscriptos en AFIP como empleadores (ver Gráfico 6).

Gráfico N° 6: Personas físicas inscriptas como empleadores en AFIP. Ciudad de Salta. Noviembre 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la muestra del Censo Económicos-CCIPS 2021

3.5 RELEVAMIENTO DE CAMPO

El relevamiento de campo se realizó entre los días 8 de noviembre y 3 de diciembre del 2021. La encuesta fue realizada de manera presencial a los comercios seleccionados en el muestreo haciendo uso de dmc (**dispositivo móvil de captura**) y de la aplicación de Google forms.

Se obtuvieron 108 respuestas, mientras que la cantidad de no respuesta fue de 49 comercios, debido principalmente al tiempo y la no colaboración tanto de locales seleccionados en la muestra como de locales que se encontraban en la cercanía.

Tabla N° 9: Comercios seleccionados para encuestar y encuestas realizadas efectivamente por rubro. Ciudad de Salta. Noviembre 2021

Rubro	Encuestas a realizar	Encuestas realizadas
Venta al por menor de productos n.c.p en comercios especializados	9	10
Venta al por menor de equipos de uso doméstico n.c.p en comercios especializados	34	12
Venta al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en comercios especializados	4	2
Venta al por menor en comercios no especializados	15	7
Venta al por menor de bienes culturales y recreativos en comercios especializados	84	68
Venta al por menor de equipos, periféricos, accesorios y programas informáticos, equipos de telecomunicaciones en comercios especializados	10	7
Venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores	1	2
Total	157	108

Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

3.6 ANÁLISIS FACTORIAL

Considerando los datos de la encuesta realizada, se propone la técnica de Análisis Factorial para construir el IRSE por rubro, según el nomenclador de Actividades Económicas de AFIP, de los comercios de la ciudad de Salta.

El análisis factorial es una técnica estadística multivariada de reducción de datos que sirve para encontrar grupos homogéneos de variables a partir de un conjunto numeroso de ellas. Estos grupos homogéneos se forman con variables que se correlacionan entre sí.

A su vez, se considera **factor** a la combinación lineal de variables. Si hay “n” factores entonces el instrumento original se puede descomponer en “n” instrumentos, cada uno compuesto por todas las variables, que a su vez poseen un peso específico según su relación con el factor (De la Fuente, 2011, págs. 3-10).

Formalmente:

$$a_1a + b_1b + b_1b + \dots = \text{Total en el factor 1}; a_1 \text{ es el peso específico de la variable } a \text{ en el factor 1} \quad (3.6.1)$$

$$a_2a + b_2b + b_2b + \dots = \text{Total en el factor 2}; a_2 \text{ es el peso específico de la variable } a \text{ en el factor 2} \quad (3.6.2)$$

$$a_na + b_nb + b_nb + \dots = \text{Total en el factor } n; a_n \text{ es el peso específico de la variable } a \text{ en el factor } n \quad (3.6.3)$$

En cada factor hay variables con pesos grandes y otros cercanos a cero, las variables que más pesan en cada factor son las que lo definen.

Siguiendo a Montoya (2007) el modelo matemático del Análisis Factorial supone que cada una de las p variables observadas es función de un número m factores comunes ($m < p$) más un factor único. Tanto la determinación como la interpretación de los factores comunes y específicos no observables, es el resultado del Análisis Factorial. Formalmente el modelo se define como:

$$x_1 = l_{11}F_1 + l_{12}F_2 + l_{1m}F_m + e_1 \quad (3.6.4)$$

$$x_2 = l_{21}F_1 + l_{22}F_2 + l_{2m}F_m + e_2 \quad (3.6.5)$$

$$x_p = l_{p1}F_1 + l_{p2}F_2 + l_{pm}F_m + e_p \quad (3.6.6)$$

El análisis factorial analiza la varianza común a todas las variables, para ello se parte de una matriz de correlaciones y trata de simplificar la información que tiene. Cada variable tiene su propia varianza, entendiendo por varianza a las diferencias en las respuestas. Si todos respondieran lo mismo la varianza sería 0 ya que no habría diferencias, si la mitad estaría muy de acuerdo con las respuestas y la otra mitad muy en desacuerdo la varianza sería máxima.

La varianza de cada variable se puede descomponer en aquella variabilidad que viene explicada por una serie de factores comunes con el resto de variables y la parte de la variabilidad que es propia a cada variable y que por tanto no es común al resto de ellas. Formalmente la varianza es:

$$\text{Varianza total} = \text{Var}(x_j) + \text{Var}(e_j) \quad (3.6.7)$$

$$\text{Var compartida}(x_j) = l = l_{j1}^2 \text{Var}(F_1) + l_{j2}^2 \text{Var}(F_2) + \dots + l_{jm}^2 \text{Var}(F_m) \quad (3.6.8)$$

$$\text{Var específica}(e_j) = l_{j1}^2 + l_{j2}^2 + \dots + l_{jm}^2 + \text{Var}(e_j) \quad (3.6.9)$$

Dónde:

l_{jh}^2 representa la proporción de la varianza total de la variable x_j explicada por el factor h .

$h_j^2 = l_{j1}^2 + l_{j2}^2 + \dots + l_{jm}^2$ (3.6.10) representa la proporción de la varianza que los distintos factores en su conjunto explican de la variable x_j . Varía entre 0 (factores que no explican nada de la variable) y 1 (los factores que explican el 100% de la variable).

$\text{Var}(e_j)$ representa la contribución del factor único a la variabilidad total de x_j .

$l_{jh}^2 + l_{2h}^2 + \dots + l_{ph}^2 = g_h$ (3.6.11) es lo que se llama eigenvalue (autovalor) y representa la capacidad del factor h para explicar la varianza total de las variables.

La varianza total entonces es igual a p y g_h/p representaría el porcentaje de varianza total atribuible al factor h .

Entonces, el objetivo del Análisis Factorial será obtener los factores comunes de modo que expliquen una buena parte de la variabilidad total de las variables utilizando la matriz de correlaciones por medio del método de Análisis de Componentes Principales (Montoya, 2007, págs. 1-6).

Es necesario antes de iniciar el Análisis Factorial realizar un análisis de su adecuación por medio del índice KMO propuesto por Kaiser-Meyer-Olkin:

$$KMO = \frac{\sum_{j \neq i} \sum_{i \neq j} r_{ij}^2}{\sum_{j \neq i} \sum_{i \neq j} r_{ij}^2 + \sum_{j \neq i} \sum_{i \neq j} r_{ij(p)}^2} \quad (3.6.12)$$

Con $0 \leq KMO \leq 1$

Dónde:

r_{ij}^2 es el coeficiente de correlación parcial entre (x_i, x_j) .

Cuánto más pequeño sea su valor, mayor es el valor de los coeficientes de correlaciones parciales r_{ijp} y menos apropiado será para realizar este tipo de análisis. Se considerando la siguiente regla para la aplicación del Análisis Factorial:

Si $KMO \geq 0,75$ Bueno

Si $KMO \geq 0,50$ Aceptable

Si $KMO < 0,50$ Inaceptable

De esta manera si el Índice $KMO \geq 0,50$ Análisis de Factores será una técnica adecuada para analizar los datos y su aplicación puede resumirse en los siguientes pasos (Méndez & Rondón, 2012, pág. 4) (De la Fuente, 2011, págs. 20-35):.

Extraer los factores: El método adoptado en el trabajo para extraer los factores es el de Componentes Principales, que consiste en estimar las puntuaciones factoriales mediante las puntuaciones de las primeras k componentes y la matriz de cargas factoriales mediante las correlaciones de las variables originales con dichas componentes.

Determinar el número de factores: La determinación del número de factores se puede realizar según la regla de Kaiser, que calcula los valores propios de la matriz de correlaciones R y toma como numero de factores el número de valores propios superior a la unidad. O bien se realiza por medio del criterio de sedimentación, el cual es una representación gráfica donde los factores están en el eje de las abscisas y los valores propios en el de las ordenadas. Se conservar aquellos factores que se encuentran por arriba de la unidad.

Rotar los factores: El método adoptado para este paso será el de Varimax que minimiza el número de variables con cargas altas en un factor, mejorando la interpretación de los factores. Este método determina la Matriz B de forma que maximice la suma de las varianzas:

$$B = p \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^p \left(\frac{b_{ij}}{h_j} \right)^2 - \sum_{i=1}^k \left(\frac{b_{ij}^2}{h_j^2} \right)^2 \quad (3.6.13)$$

Estimar el puntaje de los factores: Habiendo determinado los factores rotados, se calcula las matrices de puntuaciones factoriales F .

F es calculado por el método de la regresión, formalmente:

$$\hat{F} = (A'A)^{-1}A'X \quad (3.6.14)$$

Normalizar el puntaje de los factores: Se utiliza la técnica de escalamiento lineal, que es la más utilizada para la construcción de índices sintéticos. El resultado es un valor entre 0 y 1, donde 0 es la peor situación y 1 la mejor. La estandarización se realiza en base a la distancia al valor mínimo o máximo en relación al recorrido total sin considerar la dispersión de los datos (Balsa, 2017, págs. 13-14). Foralmente:

$$\frac{\text{factor } i - \text{min } i}{\text{max } i - \text{min } i} \quad (3.6.15)$$

Siendo:

$$\text{Mini } i: \min(\text{factor } i) \quad (3.6.16)$$

$$\text{Max } i: \max(\text{factor } i) \quad (3.6.17)$$

Aplicación del Índice Compuesto: El IRSE, como su nombre lo indica, mide el grado de RSE que tienen los comercios de la ciudad de Salta según su rubro. Se realizarán 4 tipos de índices: Un índice global dónde se evalúa el desempeño en el área social, ambiental y económica a través de 14 variables de 108 locales, y luego obtener un índice por cada dimensión diferente.

Siguiendo el criterio utilizado en el Departamento de Economía Aplicada de la Universidad Centroamericana de Nicaragua, la metodología para elaborar el IRSE global es considerando que los factores se agrupan en dimensiones según criterios teóricos. Cada dimensión es el resultado del promedio de los factores normalizados que la comprenden, mientras que el resultado del índice final es el promedio simple de las dimensiones obtenidas.

Con lo cual, las ponderaciones asignadas a las dimensiones dentro del índice global y los factores que conforman cada dimensión se determinan como promedio simple.

Una vez obtenido los índices correspondientes se procede a realizar un ranking por rubro, cabe destacar que la media del IRSE por rubro indica desempeño, ordenando los datos de forma descendente, indicando de mejor a peor desempeño en esta materia.

3.7 MODELO NO LINEAL DE RESPUESTA BIVARIADA PARA DATOS DE PANEL

Para el propósito del trabajo se utilizaron datos provenientes del Censo Comercial y relevamientos periódicos de Locales Vacíos y Comercio ilegal, realizados por la Cámara de Comercio e Industria de la Provincia de Salta (CCIPS) durante los años 2018-2021.

El Censo Comercial realizado en el segundo semestre del 2018 fue el marco que permitió realizar un seguimiento de los locales si estaban ocupados o vacíos en periodos siguientes.

Por lo tanto, en el trabajo se distinguen 2 estados en los locales comerciales: ocupados o vacíos. Con ello por un lado se busca determinar la probabilidad de transición de un estado a otro, y por otro si el factor de la presencia de manteros o puesteros en la zona afecta al local, tomando como base que se encuentre vacío. Para la construcción del modelo se considera las siguientes variables:

Una variable dependiente dicotómica: el local se encuentre vacío u ocupado.

Una variable explicativa dicotómica: hay presencia de comerciantes ilegales o no hay presencia de comerciantes ilegales.

A su vez, la base de datos posee limitaciones que impide que se consideren otras variables relevantes en el modelo como, rubro, zona, entre otras.

En primer lugar, se estimaron las probabilidades de transición entre los estados ocupados y vacíos a lo largo del periodo de estudio 2018-2021. Siguiendo la metodología del trabajo de Vicenzi (2014) se construye la *Matriz de Markov* que refleja las probabilidades de transición entre un estado y otro. Se observan 4 estados entre los comercios: *de ocupado a ocupado*, *de ocupado a vacío*, *de vacío a ocupado* y *de vacío a vacío*. Cabe destacar que las transiciones tienen probabilidad asociada y no depende del estado anterior al presente estado. Estas probabilidades son las llamadas probabilidad de transición.

Formalmente: $\sum_j P_{i,j} = 1$ (3.7.1)

Posteriormente se realizó un análisis logit binomial para datos de panel, con el objetivo de estimar si la presencia de comerciantes ilegales en la zona aumenta la probabilidad de que el local se encuentre vacío.

Como se dijo anteriormente, los datos a trabajar surgen del seguimiento de los comercios que se localizan en las zonas del marco muestral, micro/macro centro salteño, detectando si se encontraban vacíos u ocupados en diferentes períodos para los años 2018 a 2021. A su vez, en las mismas zonas, también para períodos de los años 2018, 2019 y 2021, se tiene la cantidad de comerciantes ilegales que hay. De esta manera se obtiene un panel de datos compuesto por 2 dimensiones: de tipo corte transversal y otra de serie de tiempo. Esto es debido principalmente a que se da seguimiento a las mismas zonas del micro/macro centro salteño.

En este caso particular es posible afirmar que se está frente a un conjunto de datos de panel balanceados, ya que se cuenta con los mismos periodos T para cada una de las unidades de corte transversal N . Por lo tanto luego de realizarse la primera diferenciación, la ecuación que se tendría sería la siguiente:

$$\Delta y_{it} = \alpha_0 + \alpha_3 d3_t + \dots + \alpha_T dT_t + B_1 \Delta x_{it1} + \dots + B_k \Delta x_{itk} + \Delta u_{it}, \quad (3.7.2)$$

con $t = 2, 3, \dots, T$, donde se tiene $T - 1$ periodos para cada unidad de i en la ecuación en primera diferencia. El número total de observaciones es: $N(T - 1)$. Una vez que las observaciones se hayan organizado de forma adecuada y la diferenciación se haya realizado con cuidado, es posible estimar los resultados a fines del trabajo propuesto.

El modelo econométrico para estimar los resultados debe ser adecuado para modelos no lineales de respuesta binaria, para este caso se tiene el Método de Máxima Verosimilitud debido a sus propiedades:

Sea $\{Y_1, Y_2, \dots, Y_n\}$ una muestra aleatoria de la distribución poblacional $f(y, \theta)$. Debido al supuesto de muestreo aleatorio, la distribución conjunta $\{Y_1, Y_2, \dots, Y_n\}$ es simplemente el producto de las densidades $f(y_1, \theta) \cdot f(y_2, \theta) \cdot f(y_3, \theta) \dots f(y_n, \theta)$. Ahora, se define la función de verosimilitud como

$$L(\theta, Y_1, \dots, Y_n) = f(y_1, \theta) \cdot f(y_2, \theta) \cdot f(y_3, \theta) \dots f(y_n, \theta) \quad (3.7.3)$$

El estimador de máxima verosimilitud de θ , llámese W , es el valor de θ que maximiza la función de verosimilitud. El principio de este método dice que de todos los valores posibles de θ , se debe elegir el valor que haga que la verosimilitud de los datos observados sea mayor. Por lo general, es más conveniente trabajar con la función de log-probabilidad que se obtiene mediante el logaritmo natural de la función de verosimilitud para el caso de respuesta binaria Logit. La estimación de máxima verosimilitud suele ser consistente y en ocasiones insesgada.

En general en este método el estimador es asintóticamente eficiente cuando el modelo poblacional $f(y, \theta)$ se especifica correctamente. Además, el método de máxima verosimilitud algunas veces es el estimador insesgado de varianza mínima (Wooldridge, 2010, págs. 444-481).

Entonces, a efectos de cumplir con los objetivos del trabajo será necesario aplicar modelos de respuesta binaria no lineales:

Formalmente: Logit $\frac{e^z}{1+e^z}$

En el caso del modelo Logit, debido a la naturaleza no lineal de la función, los resultados se ven reflejados en el análisis del efecto marginal en las medias, ya que el signo de las derivadas es interpretable, no así su valor:

$$\frac{dp}{dx_k} = B_k f\left(\frac{B_k}{x}\right) \quad (3.7.4)$$

$$\text{Teniendo en cuenta que, si } X \text{ es logística, } V(X) = \pi^2/3 \quad (3.7.5)$$

$$\text{entonces } V\left(z = x \sqrt{3}/\pi\right) = 1 \quad (3.7.6)$$

Se puede mostrar que la distribución de Z (logística re-escalada) es muy similar a la normal estándar (Wooldridge, 2010, pág. 485).

En el presente trabajo se utiliza como variable dependiente (Y_j) el estado del local comercial, ocupado o vacío. Siendo $Y_i = j$ con $j = 1, 2$. La probabilidad de que el estado para el local i sea la alternativa j , condicional a la variable explicativa x_i .

$$\text{Formalmente: } p_{ij} = P_r(Y_i = j) = F_j(x_i, \theta) \quad (3.7.7)$$

adoptó la metodología de Logit de respuesta bivariado para datos de panel.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

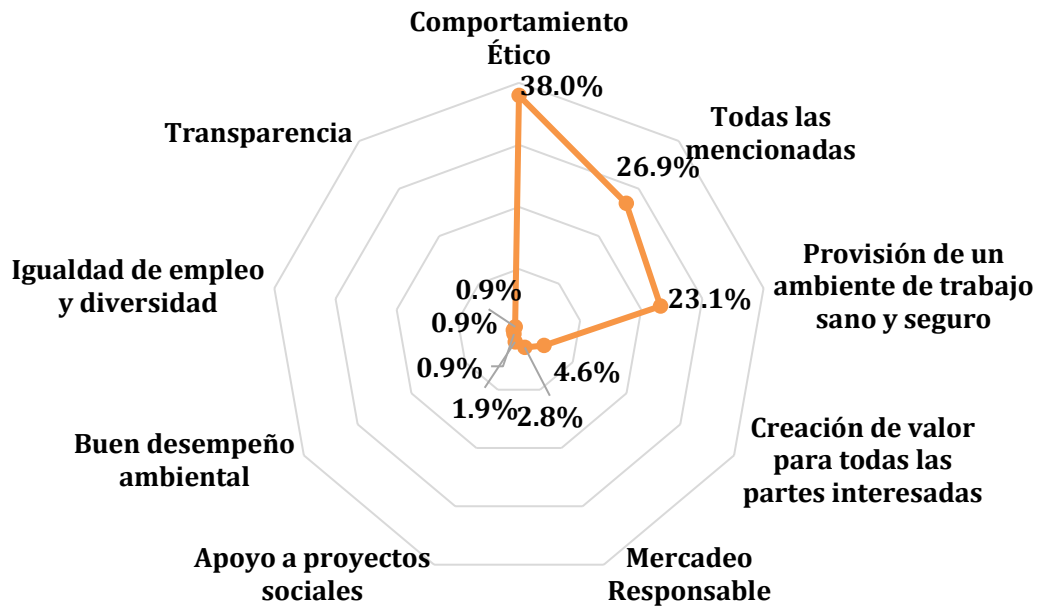
Sumario: - Aplicación del Índice de Responsabilidad Social Empresarial. - Matrices de transición. - Evolución del comercio ilegal en la ciudad de Salta. - Aplicación del modelo logit binomial para datos de panel.

4.1 APLICACIÓN DEL ÍNDICE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (IRSE)

Para comenzar, se indagó lo que para los comercios de la ciudad representa el concepto de RSE. El 38,0% considera que la RSE es un comportamiento ético, seguido por un 26,9% para el cual no es sólo un comportamiento ético sino además es la provisión de un ambiente de trabajo sano y seguro, creación de valor para todas las partes interesadas, un mercadeo responsable, apoyo a proyectos sociales, buen desempeño ambiental, igualdad de empleo y diversidad y transparencia. El 23,1% por su lado la considera únicamente como la provisión de un ambiente de trabajo sano y seguro (ver Gráfico 7).

Si bien en líneas generales la RSE es un concepto familiar para los comercios de la ciudad, el desempeño en la dimensión social, ambiental y económica varía de acuerdo al rubro al que pertenecen. Destacando que en la dimensión económica actualmente no es usual la aplicación de balance social.

Gráfico N° 7: Que se entiende por RSE según comercios encuestados. Ciudad de Salta. Noviembre 2021

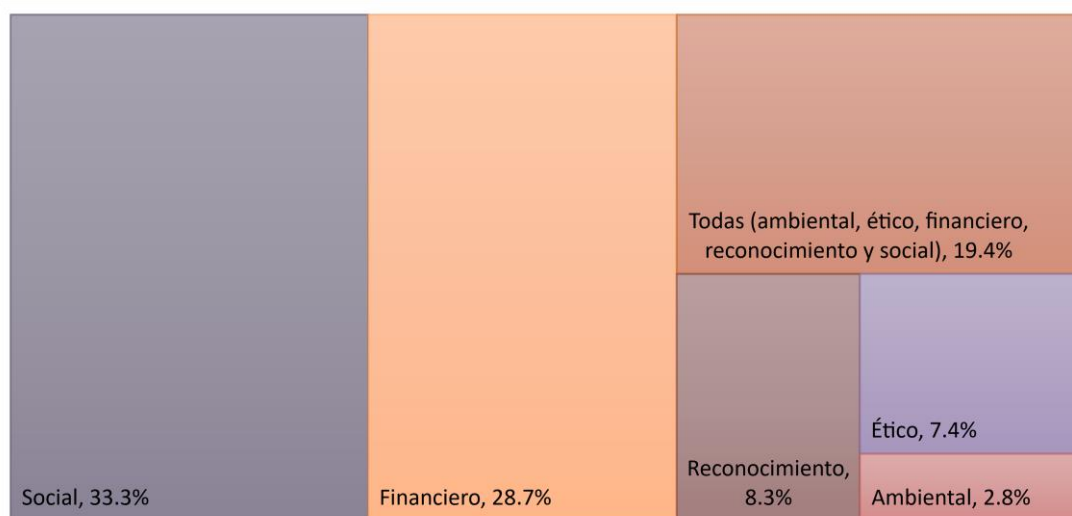


Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

La RSE es clave para alcanzar los ODS 2030, como se dijo anteriormente puede ser aplicada no sólo por las grandes empresas sino también es muy importante el apoyo de las pequeñas y medianas.

Los comercios relevados, al aplicar RSE el 33,3% esperan generar sólo beneficios sociales, seguido por el 28,7% que persiguen beneficios económicos únicamente al invertir en RSE, coincidiendo con la visión económica de empresa que sólo tiene como objetivo la maximización de beneficios. Por su lado, el 19,4% creen que la RSE produce beneficios en 5 áreas: ambiental, ética, financiera, reconocimiento y social (ver Gráfico 8).

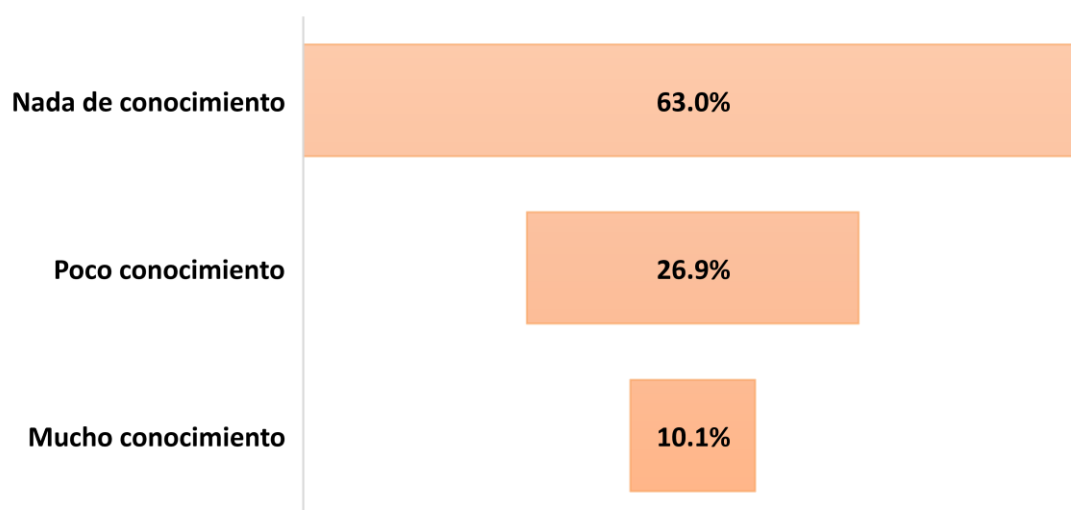
Gráfico N° 8: Área que esperan los comercios generar beneficios al aplicar acciones de RSE. Ciudad de Salta. Noviembre 2021



Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

Al consultar sobre si poseían conocimiento sobre los ODS 2030, el 63,0% manifestó no tener conocimiento, el 26,9% poco conocimiento, y únicamente el 10,1% tienen mucho conocimiento sobre el tema (ver Gráfico 9).

Gráfico N° 9: Grado de conocimiento sobre los ODS 2030 por parte de los comercios. Ciudad de Salta. Noviembre 2021



Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

Al analizar sobre con cuales de los ODS 2030 consideran que pueden aportar desde su comercio para colaborar con su cumplimiento, en el Gráfico o Nube de palabras que se encuentra a continuación, (Gráfico 10), se puede observar que se destaca el **objetivo 8 Trabajo decente y crecimiento económico**. De acuerdo al tamaño de la frase es la cantidad de veces que fue mencionada, siendo a menor tamaño menor cantidad de veces que el objetivo se nombró, y a mayor tamaño son aquellos objetivos más repetitivos.

Gráfico N° 10: Objetivos de los ODS 2030 que los comercios consideran que pueden aportar para cumplirlo. Ciudad de Salta. Noviembre 2021



Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

En cuanto al IRSE, al aplicar la metodología propuesta de Análisis Factorial para la construcción de índices se obtiene un ranking de forma descendente de los comercios agrupados por rubro en cuanto a su desempeño en la RSE global y en cada dimensión vista por separada. La posición 1 representa el rubro con mejor desempeño, mientras que la posición 7 el que posee peor actuación en materia de RSE.

En la Tabla 10 se tiene el IRSE global considerando todas las dimensiones simultáneamente, el rubro “Ventas de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores” como ser gomerías, repuesteras, se encuentran en el puesto número 1 con el mejor desempeño en materia de RSE. Coincidiendo con que en general tanto las gomas, como partes de autos se reciclan generalmente.

El puesto número 2 lo ocupa el rubro “Venta al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en comercios especializados”, tal es el caso de fiambrerías, pollerías, golosinas, vinería, entre otros. En último lugar se encuentran aquellos locales dedicados a la “Venta al por menor de equipos, periféricos, accesorios y programas informáticos, equipos de telecomunicaciones en comercios especializados”.

Tabla N° 10: IRSE global, ranking de comercios por rubro. Ciudad de Salta. Noviembre 2021

Posición en IRSE global	Rubro
1	Venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores
2	Venta al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en comercios especializados
3	Venta al por menor en comercios no especializados
4	Venta al por menor de productos n.c.p., en comercios especializados
5	Venta al por menor de bienes culturales y recreativos en comercios especializados
6	Venta al por menor de equipos de uso doméstico n.c.p. en comercios especializados
7	Venta al por menor de equipos, periféricos, accesorios y programas informáticos, equipos de telecomunicaciones en comercios especializados

Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

Observando el índice por dimensión por separado, en la Tabla 11 se tiene el IRSE correspondiente a la dimensión social. En este caso, el mejor desempeño lo tiene los comercios pertenecientes el rubro “Venta al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en comercios especializados” y en segundo lugar los dedicados a la venta de neumáticos, partes, piezas de automotores.

En el último puesto del IRSE global se encontraba el rubro “Venta al por menor de equipos, periféricos, accesorios y programas informáticos, equipos de telecomunicaciones en comercios especializados”, en este caso se encuentran número 5 en el desempeño social, mientras que en el último lugar esta “Venta al por menor de equipos de uso doméstico n.c.p. en comercios especializados”.

Tabla N° 11: IRSE dimensión social, ranking de comercios por rubro. Ciudad de Salta. Noviembre 2021

Posición en IRSE dimensión social	Rubro
1	Venta al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en comercios especializados
2	Venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores
3	Venta al por menor en comercios no especializados
4	venta al por menor de productos n.c.p., en comercios especializados
5	Venta al por menor de equipos, periféricos, accesorios y programas informáticos, equipos de telecomunicaciones en comercios especializados
6	Venta al por menor de bienes culturales y recreativos en comercios especializados
7	Venta al por menor de equipos de uso doméstico n.c.p. en comercios especializados

Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

La Tabla 12, refleja el IRSE de la dimensión ambiental, nuevamente “Venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores” se encuentra en el puesto 1, al comercializar productos altamente contaminantes su desempeño en esta área es prestando principal atención, incluso se compra partes y gomas en desuso para su posterior tratamiento y reciclado.

Mientras que, “Venta al por menor de equipos, periféricos, accesorios y programas informáticos, equipos de telecomunicaciones en comercios especializados” se ubica en el puesto 2 del ranking en esta área, llevándose el último lugar y peor desempeño en lo ambiental los comercios incluidos en el rubro de “Venta al por menor de bienes culturales y recreativos en comercios especializados”.

Tabla N° 12: IRSE dimensión ambiental, ranking de comercios por rubro. Ciudad de Salta. Noviembre 2021

Posición en IRSE dimensión ambiental	Rubro
1	Venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores
2	Venta al por menor de equipos, periféricos, accesorios y programas informáticos, equipos de telecomunicaciones en comercios especializados
3	Venta al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en comercios especializados
4	Venta al por menor en comercios no especializados
5	Venta al por menor de productos n.c.p., en comercios especializados
6	Venta al por menor de equipos de uso doméstico n.c.p. en comercios especializados
7	Venta al por menor de bienes culturales y recreativos en comercios especializados

Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

El IRSE de la dimensión económica, dónde se consideran variable como la incorporación del balance social, también se lleva el mejor desempeño en esta área “Venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores”, seguido por “Venta al por menor de productos n.c.p., en comercios especializados”. El último lugar lo ocupa, al igual que en la dimensión social, los locales incluidos en el rubro “Venta al por menor de equipos de uso doméstico n.c.p. en comercios especializados”.

Tabla N° 13: IRSE dimensión económica, ranking de comercios por rubro. Ciudad de Salta. Noviembre 2021

Posición en IRSE dimensión económica	Rubro
1	Venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores
2	Venta al por menor de productos n.c.p., en comercios especializados
3	Venta al por menor de bienes culturales y recreativos en comercios especializados
4	Venta al por menor de equipos, periféricos, accesorios y programas informáticos, equipos de telecomunicaciones en comercios especializados
5	Venta al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en comercios especializados
6	Venta al por menor en comercios no especializados
7	Venta al por menor de equipos de uso doméstico n.c.p. en comercios especializados

Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

4.2 MATRICES DE TRANSICIÓN

En la Tabla 14 se determina que, para los periodos septiembre 2018-noviembre 2018 y noviembre 2018-enero 2019 la probabilidad de que un local que se encontraba ocupada siga en ese mismo estado es del 86% en ambos casos.

La probabilidad de que un local ocupado se encuentre vacío en el periodo siguiente es del 0,7% para septiembre 2018-noviembre 2018, aumentando a 3,7% cuando se analiza noviembre 2018-enero 2019.

Si el local que está vacío, la probabilidad que continúe en ese mismo estado en el periodo posterior es del 9,2% para el primer periodo analizado y 7,2% para el segundo. Mientras que la probabilidad que el local vacío se ocupe al periodo siguiente es del 3,8% para septiembre 2018-noviembre 2018 y del 2,7% para noviembre 2018-enero 2019.

Tabla N° 14: Transición del estado de los locales. Año 2018-2019. Ciudad de Salta

Destino	septiembre 2018-noviembre 2018	noviembre 2018-enero 2019
De ocupado a ocupado	86,4%	86,3%
De ocupado a vacío	0,7%	3,7%
De vacío a ocupado	3,8%	2,7%
De vacío a vacío	9,2%	7,2%
Total	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CCIPS 2018-2021

Durante el año 2019 la probabilidad de que un local se encuentre ocupado y continúe en ese mismo estado sigue siendo mayor al 85% al igual que las del año 2018. Observándose los meses entre enero 2019-marzo 2019 hay aumento de la probabilidad que el comercio vacío también lo esté en el periodo siguiente,

respecto a la vista en 2018, pasando a ser del 11,0%. Luego disminuye en los periodos siguientes del 2019 con niveles entre un 7,8% y 8,8% de probabilidad.

Los locales ocupados que pasaron a estar vacío en el periodo siguiente analizando de forma bimestral de enero a septiembre 2019, empezó el año con una probabilidad del 2,7%, siguiendo con el 2,9%, para después bajar en los próximos 2 bimestres a una probabilidad del 0,9% y 1,0% de que el local ocupado pase a cerrar.

De lo que respecta el 2020, año donde inició la pandemia, la probabilidad de que un local ocupado siga en ese mismo estado disminuyó a un 67,0% analizando septiembre 2019-junio 2020, observándose claramente el efecto de la crisis sanitaria por el COVID-19 que afecto no sólo al país sino al mundo. Mientras que durante este periodo la probabilidad de que un local se encuentre vacío al periodo siguiente fue del 23,8%. Los movimientos del estado “vacío a ocupado” y de “vacío a vacío” en el mismo periodo tuvieron una probabilidad del 6,7% y 2,4% respectivamente (ver Tabla 15).

Tabla N° 15: Transición del estado de los locales. Año 2019-2020. Ciudad de Salta

Destino	enero 2019- marzo 2019	marzo 2019-mayo 2019	mayo 2019-julio 2019	julio 2019- septiembre 2019	septiembre 2019-junio 2020
De ocupado a ocupado	86,3%	87,9%	88,7%	89,4%	67,0%
De ocupado a vacío	2,7%	2,9%	0,9%	1,0%	23,8%
De vacío a ocupado	0,0%	1,5%	1,6%	1,3%	6,7%
De vacío a vacío	11,0%	7,8%	8,8%	8,4%	2,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CCIPS 2018-2021

Siguiendo con un análisis del año 2020 en la Tabla 16, el periodo junio 2020-octubre 2020, la probabilidad del local ocupado siga de esta misma forma sigue siendo alrededor del 60%. Disminuyendo a un 10,1% la probabilidad de que el local que este ocupado pase al estado de vacío. Las probabilidades de que el local vacío se ocupe incrementaron a un 21,2%, y la probabilidad que este vacío en junio 2020 siga de la misma manera en octubre del mismo año aumentó a un 5,0%.

Considerando el periodo del mes de octubre 2020, mes que pertenece al segundo semestre del año, donde se comenzó a observar una recuperación económica post pandemia, y junio 2021, la probabilidad de que el local ocupado lo siga estando aumentó nuevamente a un nivel mayor al 80% como era en los años 2018 y 2019.

Tabla N° 16: Transición del estado de los locales. Año 2020-2021. Ciudad de Salta

Destino	junio 2020-octubre 2020	octubre 2020-junio 2021
De ocupado a ocupado	63,7%	82,4%
De ocupado a vacío	10,1%	2,1%
De vacío a ocupado	21,2%	7,1%
De vacío a vacío	5,0%	8,4%
Total	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CCIPS 2018-2021

Por último, los datos del 2021 no muestran una marcada variabilidad entre los estados. Ya que la probabilidad que el local ocupado lo siga estando entre junio 2021-agosto 2021 es del 96,4%, mientras que la probabilidad que se desocupe es del 2,2%. En el caso de los locales vacíos en dicho periodo tienen una probabilidad del 1,5% y 0,0% de ocuparse o seguir vacío respectivamente (ver Tabla 17).

Tabla N° 17: Transición del estado de los locales. Año 2021. Ciudad de Salta

Destino	junio 2021-agosto 2021
De ocupado a ocupado	96,4%
De ocupado a vacío	2,2%
De vacío a ocupado	1,5%
De vacío a vacío	0,0%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CCIPS 2018-2021

Dada las matrices de transición expuesta anteriormente, se considerarán los datos 2018-2019 para aplicar el modelo logit y determinar el aumento de probabilidad que el local esté vacío considerando la presencia de comerciantes en la vía pública, debido a que tanto el año 2020 como el 2021 fueron años atípicos a causa de la pandemia COVID-19, y no sólo se observa cierre de comercios debido a otros factores sino también que muchos meses del 2020 por la restricción de la circulación no se observaba la presencia de comerciantes ilegales.

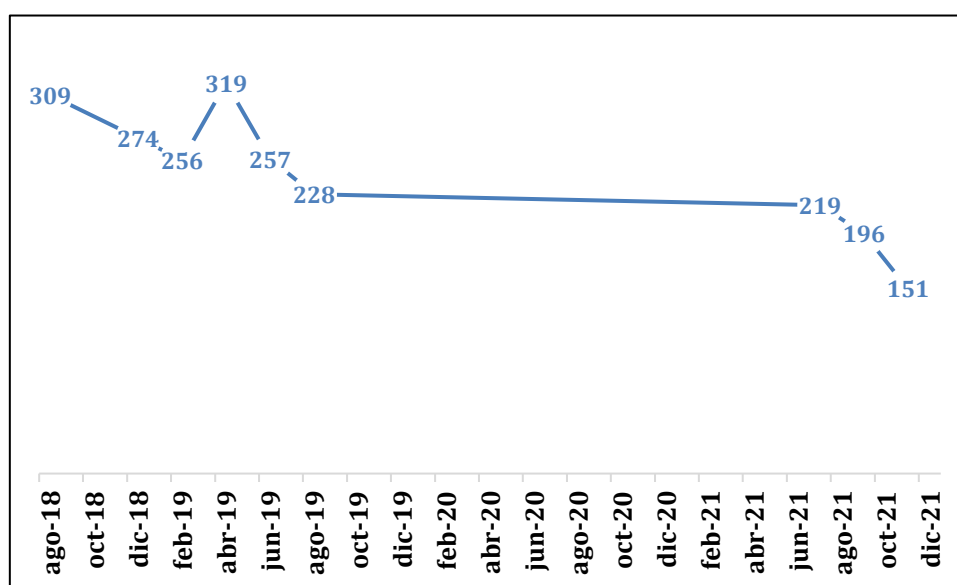
4.3 EVOLUCIÓN DEL COMERCIO ILEGAL EN LA CIUDAD DE SALTA

Considerando las mismas zonas de la ciudad de Salta que se utilizó como marco muestral, la cantidad de comerciantes ilegales (manteros, puesteros, carreros o ambulantes) registró su pico en abril 2019 con la presencia de 319 vendedores. Del periodo agosto 2018-febrero 2019 existía una tendencia decreciente en la cantidad de vendedores en la vía pública.

Durante el año 2020 no se tuvo registro, debido a la situación sanitaria que se atravesaba a causa del COVID-19. Además, durante este año regían los decretos con restricciones de circulación.

De lo que respecta al 2021, siguió la tendencia decreciente de la cantidad de vendedores ilegales, registrando en el último relevamiento de noviembre 2021 151 comerciantes en la vía pública. Es importante considerar que en este periodo prevaleció un conflicto entre el gobierno municipal y manteros, puesteros, carreros, con una fuerte presencia policial y operativa para que no se ubiquen en el centro de la ciudad, con un plan a futuro de darles un espacio propio para que puedan vender sus productos (ver Gráfico 11).

Gráfico N° 11: Cantidad total de comerciantes ilegales situados en la vía pública en el micro/macro centro. Ciudad de Salta. Agosto 2018-noviembre 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CCIPS

Analizando diciembre respecto a agosto 2018, la cantidad de vendedores de la vía pública disminuyeron en 6 de las 9 zonas de la ciudad (ver Mapa sección 3.2). El incremento se observó en la zona de bancos-galerías, y la zona sur del centro donde se ubican las principales *saladitas* de la ciudad.

Tabla N° 18: Cantidad de comerciantes ilegales por zona. Año 2018. Ciudad de Salta

Zona	Comerciantes ilegales agosto 2018	Comerciantes ilegales diciembre 2018
1	33	13
2	47	9
3	12	8
4	49	23
5	15	18
6	100	177
7	43	46
8	-	-
9	25	-
Total	324	294

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CCIPS 2018-2021

El año 2019 visto de forma bimestral de febrero a agosto. Las zonas 8 y 9 pertenecientes al norte del centro son las que menos comerciantes registraron. Mientras que la zona de bancos-galerías y saladitas siguieron siendo aquellas zonas con mayor presencia de materos, puesteros, carreros o ambulantes, con un máximo de 151 de vendedores en abril 2019 (ver Tabla 19).

Tabla N° 19: Cantidad de comerciantes ilegales por zona. Año 2019. Ciudad de Salta

Zona	Comerciantes ilegales febrero 2019	Comerciantes ilegales abril 2019	Comerciantes ilegales junio 2019	Comerciantes ilegales agosto 2019
1	22	10	3	10
2	15	17	-	7
3	5	8	4	5
4	12	21	33	33
5	40	38	23	26
6	93	151	97	88
7	66	72	91	54
8	2	1	3	4
9	1	1	3	1
Total	256	319	257	228

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CCIPS 2018-2021

Por su lado en 2021, se observó un fuerte descenso de la cantidad de comerciantes ilegales. Durante ese año además predominó el conflicto de ellos con el gobierno y los comercios formales. Actualmente la municipalidad de la ciudad les cedió un espacio para que puedan vender sus productos y de esta manera llevar un registro de los vendedores que se encontraban en la informalidad (ver Tabla 20).

Tabla N° 20: Cantidad de comerciantes ilegales por zona. Año 2021. Ciudad de Salta

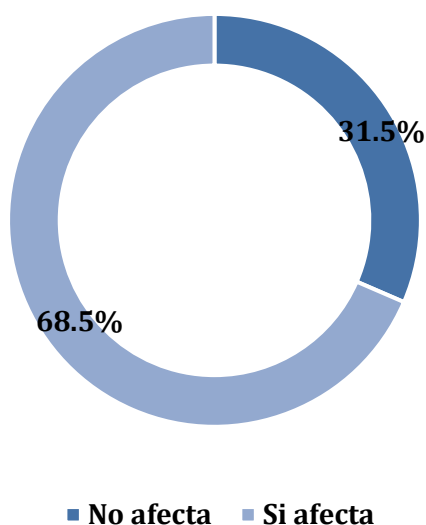
Zona	Comerciantes ilegales julio 2019	Comerciantes ilegales septiembre 2021	Comerciantes ilegales noviembre 2021
1	8	1	-
2	7	7	7
3	3	4	4
4	4	26	5
5	16	21	19
6	86	41	48
7	85	93	65
8	10	3	2
9	-	-	1
Total	219	196	151

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CCIPS

4.4 APLICACIÓN DEL MODELO LOGIT BINOMIAL PARA DATOS DE PANEL

Con el fin de realizar un primer análisis sobre la temática, se consultó la opinión de los comercios hacia los vendedores ilegales situados en la vía pública. Como se observa en el Gráfico 12 el 68,5% considera que los afecta negativamente, mientras que el 31,5% restante no percibe que generen efectos negativos, tal percepción señalada generalmente por los comercios ubicados en galerías.

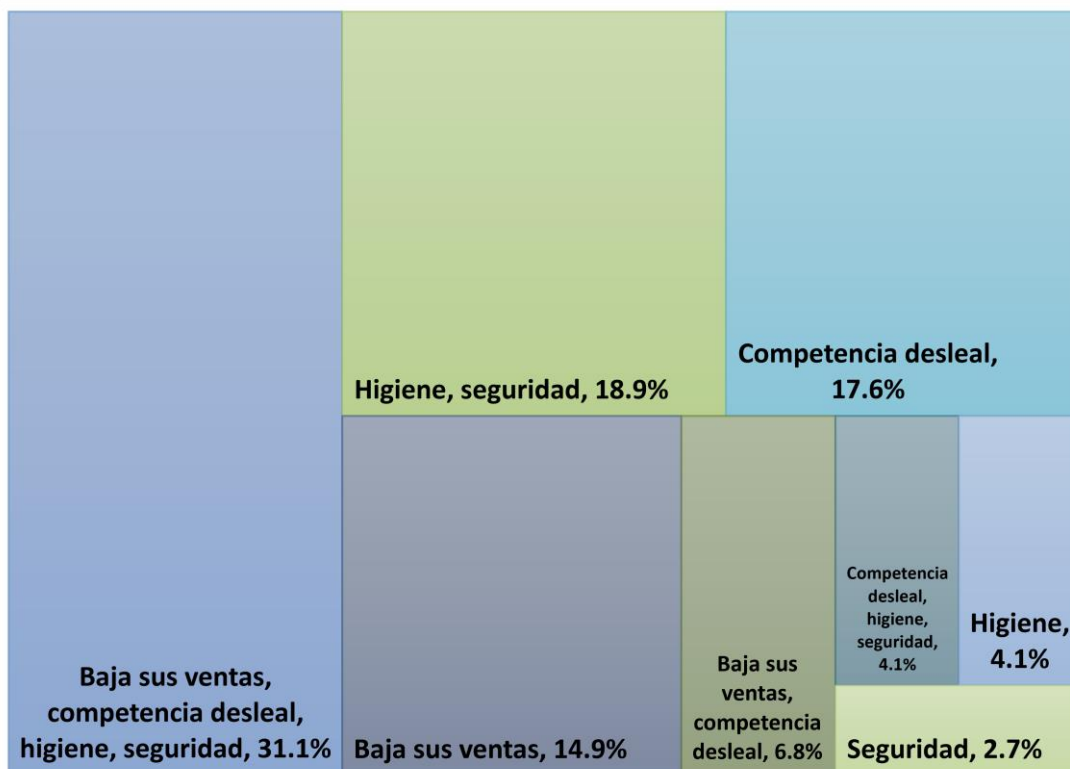
Gráfico N° 12: Comercios, que consideran y no consideran, que la actividad de vendedores ilegales los afecta negativamente. Ciudad de Salta. Noviembre 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la muestra del Censo Económicos-CCIPS 2021

Las principales razones por las cuales consideran que los comerciantes de la vía pública tienen un impacto negativo fueron: no sólo provocan baja en sus ventas, sino que representan una competencia desleal porque no pagan impuestos, alquiler, empleados, entre otros costos, además del gran problema que generan en temas de higiene de las calles, vereda, tapan las vidrieras, no dejan caminar a los peatones y en temas de seguridad (ver Gráfico 13).

Gráfico N° 13: Principales razones señaladas de porque los vendedores ilegales afectan a los comercios negativamente. Ciudad de Salta. Noviembre 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la muestra del Censo Económicos-CCIPS 2021

En la presente sección se tiene como objetivo determinar en términos estadísticos, la probabilidad de que un comercio se encuentre desocupado o vacío considerando si hay presencia de vendedores ilegales en su zona.

Para tal fin, se elaboró el panel de datos con las ondas de los movimientos de los locales a lo largo del periodo analizado 2018-2019, es decir si estaban ocupados o vacíos. Por otro lado, en los mismos años se puede contabilizar cuantos comerciantes ilegales, ya sean manteros, puesteros, carreros o ambulantes, hay en las zonas de los locales analizados.

La característica principal del panel creado con anterioridad es que es un tipo de **panel largo y balanceado**. Entonces para el fin propuesto se consideran las siguientes variables:

Variable dependiente: Onda, específicamente si el local formal se encuentra vacío.

Variable explicativa: Ilegal, haciendo referencia a la presencia de manteros, puesteros, carreros o ambulantes.

El modelo a utilizar es de tipo logit binomial para datos de panel, a su vez el mismo se puede realizar por Efectos Fijos o Efectos Aleatorios. La elección estará dada por el Test de Hausman, dónde considera como hipótesis nula:

$$H_0: \text{diferencia de coeficientes no sistematicas} \quad (4.2.1)$$

Tabla N° 21: Aplicación del Test de Hausman para modelos Logit de repuesta binaria para datos de panel. Año 2018-2019. Ciudad de Salta

	Coeficientes			
	(b)	(B)	(b - B)	$\text{sqrt}(\text{diag}(V_b - V_B))$
	Efectos fijos	Efectos Aleatorios	Diferencia	S.E.
ilegal	0.3751965	0.2092575	0.165939	0.0462822

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CCIPS 2018-2021

$$\text{chi2}(1) = (b - B)'[(V_b - V_B)^{-1}](b - B) = 12.85$$

Prob > chi2 = 0.0003 Rechazar la hipótesis nula

En este caso al rechazar la hipótesis nula, lo conveniente es aplicar Logit binomial para datos de panel por Efectos Fijos.

Como se observa a continuación (Tabla 22), el modelo ya aplicado refleja que la variable explicativa es significativa al 5% y con signo positivo, es decir al estar en presencia de comerciantes ilegales aumenta la probabilidad de que el local se encuentre vacío. Como se dijo anteriormente en el apartado de metodología para cuantificar el aumento de probabilidad es necesario obtener el efecto marginal.

Tabla N° 22: Resultado de modelo Logit de repuesta binaria para datos de panel. Año 2018-2019. Ciudad de Salta

local vacío	Coef.	Std. Err.	z	P > z	[95% Inter Conf]	
ilegal	0.3751965	0.1319416	2.84	0.004*	0.1165957	0.6337972

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CCIPS 2018-2021

La Tabla 23 muestra el efecto marginal, $\frac{dy}{dx}$, de la variable explicativa ilegal cuando toma la categoría que hay presencia de comerciantes ilegales. Siendo la variable significativa al 5%, la probabilidad que un local se encuentre vacío aumenta un 9,0% si hay presencia de vendedores ilegales en su zona.

Tabla 23: Efectos marginales. Resultado de modelo Logit de repuesta binaria para datos de panel. Año 2018-2019. Ciudad de Salta

	dy/dx	Std. Err.	z	P > z	[95% Inter Conf]	
ilegal	0.090574	0.0296353	3.06	0.002*	0.0324899	0.1486581

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CCIPS 2018-2021

CONCLUSIÓN

La presente investigación tuvo objetivo analizar la influencia que ejercen los comerciantes situados en la vía pública y las acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) sobre las unidades de negocios formales. También se buscó establecer como las empresas contribuyen a la consecución del cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2030 en la ciudad de Salta Capital, para el período 2018-2021.

A partir de un análisis descriptivo, se estableció que los comercios de la ciudad en su mayoría (63,0%) no poseen conocimiento sobre los ODS 2030, y aquellos que contaban con información del tema sostenían que podían aportar en mayor medida con el cumplimiento del *objetivo 8 Trabajo decente y crecimiento económico*, claramente relacionado con el empleo. Por otro lado, el 68,5% consideran que los vendedores de la vía pública los afecta negativamente, señalando entre sus principales razones que producen efectos negativos en la higiene, seguridad, son una competencia desleal y que provocan disminuciones en sus ventas.

Al realizar encuestas al medio, se logró sistematizar información de las empresas ubicadas en la Ciudad de Salta, distinguiéndolas por rubro, cantidad de empleados, antigüedad, inscripción ante AFIP, empleadores o no y ubicación. Siendo de gran utilidad dicha base de datos para la toma de decisiones futuras.

Es importante mencionar que el 35,3% de los comercios de la ciudad no registran impuestos activos al analizar su CUIT, mientras que un 23,5% están inscriptos como Ganancias Personas Físicas, y seguido por un 18,4% que son Monotributistas. Las personas Físicas representan un 73,8%, siendo un 44,4% mujeres y 55,6% hombres. El 62,3% de los comercios no están inscriptos como empleadores y de los comercios con dueñas mujeres sólo el 3,4% son empleadoras, y en el caso de los hombres, los empleadores representan el 47,4% de ellos.

Por las razones expuestas en capítulos anteriores la RSE se encuentra muy relacionada con el cumplimiento de los ODS 2030. El grado de compromiso de las empresas de la ciudad con los ODS 2030, es posible determinarlo por medio

de un IRSE, tanto de forma global, como por dimensión: social, ambiental y económica.

En el IRSE visto de forma global, el rubro “Venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores” se encuentra en el puesto 1 en cuanto desempeño, seguido por los locales destinados a la venta de “Productos alimenticios, bebidas y tabaco en comercios especializados”. En último lugar se encuentra el rubro de “Venta al por menor de equipos, periféricos, accesorios y programas informáticos, equipos de telecomunicaciones en comercios especializados”.

Al observar la RSE desde la dimensión social, el puesto número 1 y 2 del índice global se invierte, y en este caso se encuentra en última posición los comercios de “Venta al por menor de equipos de uso doméstico n.c.p. en comercios especializados”.

El índice ambiental, tiene en el puesto 1 con mejor desempeño el mismo rubro que el índice global, pero en este caso le siguen los comercios de “Venta al por menor de equipos, periféricos, accesorios y programas informáticos, equipos de telecomunicaciones en comercios especializados”, teniendo el peor desempeño el rubro de “Venta al por menor de bienes culturales y recreativos en comercios especializados”. Mientras que, en el índice económico también el mejor desempeño lo lleva el rubro de “Venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores” mientras que el último lugar lo ocupan los de “Venta al por menor de equipos de uso doméstico n.c.p. en comercios especializados”.

Reanudando el tema, la aplicación de políticas de RSE por parte del sector privado es muy importante para lograr la consecución de los ODS 2030, para así mejorar las circunstancias actuales que se tiene Salta. Los datos del tercer trimestre 2021 del aglomerado Gran Salta reflejan que la tasa de desempleo asciende a un 7%. Mientras que al segundo trimestre 2021 se registran brechas de género, dónde las mujeres ganan un 26,1% menos que sus pares y a su vez representan un mayor porcentaje de jóvenes que no trabajan ni estudian respecto a los varones. Además, en el mismo periodo la informalidad laboral alcanzaba al 45,0% de los asalariados.

Si bien los comerciantes situados en la vía pública se encuentran en claras condiciones de informalidad laboral, y deben sin duda recibir una solución para ingresar al sistema formal, actualmente generan efectos negativos en las unidades de negocios formales. Al haber presencia de trabajadores en la vía pública en la zona de los comercios, incrementa en un 9% la probabilidad que el mismo se encuentre desocupado o vacío, generando de esta manera un impacto económico negativo. De 2018 hasta el 2021 se observa que las zonas del sur del centro salteño son las que presentan una mayor afluencia de estos trabajadores, pero también hay que considerar que en estos años la cantidad de ellos que se registraban en todo el micro/macro centro fue disminuyendo.

La pandemia COVID-19 sin dudas fue algo impensado para todos, y si bien en el trabajo se deja afuera parte del análisis del 2020, es de suma importancia que se registren los impactos que causó en el sector para poder cuantificarlos. Como así también evaluar en un futuro trabajo las medidas tomadas por el gobierno municipal con los trabajadores en la vía pública y si se cumplió con las intenciones de incluirlos y enmarcarlos dentro del sistema formal.

PALABRAS FINALES

Este trabajo significa la culminación de mi carrera de grado. Como futura profesional, me inspiró para dedicarme y trabajar comprometida con los temas relacionados a esta investigación.

Puedo decir con firmeza que la universidad no sólo me ha dado conocimientos sino también me llevo grandes amigos. Quiero además destacar la labor de todos los profesores de la facultad que siempre estuvieron predispuestos para enseñar, mostrar la importancia de tener una mirada crítica, de generar una la relación de la universidad con el medio y por sobre todo son quienes me transmitieron la pasión por investigar y despertaron mi curiosidad por ciertos hechos y fenómenos del medio.

BIBLIOGRAFÍA

- Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP). (2021). *Administración Federal de Ingresos Públicos*. Recuperado el 3 de noviembre de 2021, de <https://www.afip.gob.ar/sitio/externos/default.asp>
- Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP). (2021). *Nomenclador de Actividades Económicas*.
- Angelli, G., Conde, A. P., Piovano, A., & Vaudagna, N. (2020). *Índice Sintético de las Prácticas de RSE para empresas comerciales argentinas que cotizan en el Mercado de Valores de Buenos Aires*. Tesis, Universidad Nacional de Córdoba, Facultad de Ciencias Económicas.
- Arias, M. L. (2018). *El Paradigma de la Responsabilidad Social Empresaria. Un Factor para la Sostenibilidad de las Empresas*. Universidad Austral. Buenos Aires: Trabajo realizado en el marco de la Materia Cuestiones actuales del Derecho Empresario-Mestría en Derecho Empresario. Recuperado el 13 de agosto de 2021.
- Aset, L. F. (2014). *Un nuevo enfoque para la Responsabilidad Social Empresaria*. Universidad Nacional del Cuyo, Facultad de Ciencias Económicas, Mendoza. Recuperado el 3 de septiembre de 2021, de https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/6972/24-aset-tesisfce.pdf
- Balsa, J. (2017). La técnica de escalamiento lineal por intervalos: una propuesta de estandarización aplicada a la medición de niveles de bienestar social. *Revista de Metodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*(23), 164-193. Recuperado el 21 de diciembre de 2021
- Banco Comafi. (2016). *Banco Comafi*. Recuperado el 29 de septiembre de 2021, de <https://www.comafi.com.ar/1943-El-mapa-empresarial-de-un-pais-donde-las-pymes-son-las-grandes-empleadoras.note.aspx>
- Begoña, N., & Martínez, R. (2015). *Los valores éticos en la responsabilidad social corporativa*. Universidad de Medellín. Medellín: Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación, vol. 14, núm. 28, 2016. Recuperado el 10 de septiembre de 2021
- Busso, M. (2003). *¿Yo informal? ¿Vos informal?. Identidades y percepciones en torno al trabajo informal. Notas a partir de un estudio de caso en la ciudad de la Plata*. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la

- Universidad Nacional de la Plata (UNLP), La Plata: Tercera Jornadas en Sociología.
- Cámara Argentina del Comercio y Servicios (CAC). (2015). *Informe de Venta Callejera en la República Argentina*. Buenos Aires. Recuperado el 20 de septiembre de 2021, de https://www.cac.com.ar/data/documentos/42_IVI-Nacional%20IV-15.pdf
- Camarán, M. (2019). La Responsabilidad Social Empresarial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). *Revista Científica "Teorías, enfoques y aplicaciones en las ciencias sociales"*, 11(24), 41-52. Recuperado el 30 de septiembre de 2021
- Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME). (diciembre de 2020). Recuperado el 20 de enero de 2022, de <https://www.redcame.org.ar/novedades/10385/fuerte-repudio-de-came-por-el-descontrol-sanitario-y-los-ataques-de-manteros-contracomerciantes>
- Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME). (27 de Julio de 2019). Recuperado el 21 de septiembre de 2021, de <http://redcame.org.ar/prensa/6447/el-sector-textil-es-el-ms-afectado-por-la-venta-ilegal>
- Camji, N., Colombo, A., Kligman, F., & Peralta, M. A. (2016). *Trapitos y manteros: trabajo informal y uso privado del espacio público*. Universidad Nacional de la Plata, IX Jornadas en Sociología. Buenos Aires: ISSN 2250-8465. Recuperado el 1 de septiembre de 2021.
- Cámara de Comercio e Industria de la Provincia de Salta (CCIPS). (2018). *Relevamiento Comercio ilegal*.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2021). *Naciones Unidas-CEPAL*. Recuperado el 25 de septiembre de 2021, de <https://www.cepal.org/es/temas/agenda-2030-desarrollo-sostenible/objetivos-desarrollo-sostenible-ods>
- Chanduví, V. M. (2018). La Responsabilidad Social Empresarial como medida de formalización de la actividad económica. *IURA Revista Jurídica*, 3(2), 271. Recuperado el 4 de octubre de 2021.
- Chicaiza, E. P. (2015). *"Análisis del comercio informal y su incidencia a los comerciantes regularizados en la Parroquia de Cotocollao, Cantón Quito en el año 2015"*. Tesis de Grado, Universidad Central del Ecuador, Facultad de Ciencias Económicas, Quito, Ecuador. Recuperado el 20 de septiembre de 2021.
- Cisera, C. (6 de enero de 2022). *SDS. Analista de Negocios*. Recuperado el 26 de enero de 2022.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas: Bruselas, 18.7.2001. COM (2001) 366 final. Recuperado el 6 de septiembre de 2021
- Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales. (2017). *Contribución de las empresas argentinas adheridas al Pacto Global a los Objetivos de*

- Desarrollo Sostenible: evidencia a 3 años de la aprobación de la agenda 2030*. Presidencia de la Nación, Buenos Aires, Argentina. Recuperado el 15 de enero de 2022, de file:///C:/Users/Admin/Downloads/brochure_informe.pdf
- Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales. (2017). *Contribución de las empresas argentinas adheridas al Pacto Global a los Objetivos de Desarrollo Sostenible: evidencia a 3 años de la aprobación de la agenda 2030*. Presidencia de la Nación, Buenos Aires, Argentina. Recuperado el 15 de enero de 2022, de file:///C:/Users/Admin/Downloads/brochure_informe.pdf
- Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales. (2017). *El sector privado empresarial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Presidencia de la Nación, Buenos Aires, Argentina. Recuperado el 20 de enero de 2021, de https://eulacfoundation.org/es/system/files/responsabilidad_social_y_objetivos_de_desarrollo_sostenible_en_ue_y_lac.pdf
- Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales. (2021). *Argentina. Objetivos de Desarrollo Sostenible, meta priorizadas e indicadores de seguimiento*. Presidencia de la Nación, Buenos Aires, Argentina. Recuperado el 15 de enero de 2022, de https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/cncps_-_agenda_2030_objetivos_de_desarrollo_sostenible_junio_2021_v7_2.pdf
- Contartese, D., Mazorra, J., Schachtel, L., & Schleser, D. (2011). Capítulo 4: La informalidad en el trabajo independiente: ¿escape o exclusión? En O. M. (OIT), F. Bertanou, & R. Maurizio (Edits.), *Trabajadores Independientes, Mercado Laboral e informalidad en Argentina* (págs. 95-119). Buenos Aires. Recuperado el 30 de septiembre de 2021.
- De la Fuente, S. (2011). *Análisis Factorial*. Universidad Autónoma de Madrid, Madrid. Recuperado el 18 de diciembre de 2021
- Durango, Y. (2019). *Articulación de los Objetivos De Desarrollo Sostenible (Ods) con la Responsabilidad Social Empresarial (Rse) en el Sector Minero en Colombia*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios, Bogotá. Recuperado el 30 de Septiembre de 2021
- Fedecámaras Bolívar. (2020). *Fedecámaras Bolívar*. Recuperado el 29 de Septiembre de 2021, de <https://fedecamarasbolivar.org/en-que-se-relaciona-la-rse-con-los-ods-de-las-naciones-unidas/>
- Ferrari, M. C., Chiponi, L., Macri, J., & Luna, J. (2010). *Responsabilidad Social y Ambiental, Comercio Justo*. Consejo Profesional de Ciencias Economicas de la ciudad Autónoma de Buenos Aires, Centro de investigaciones de Ciencias Económicas, Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Recuperado el 5 de octubre de 2021, de https://archivo.consejo.org.ar/coltec/files/Comerciojusto_3105.pdf
- Garavito, C. (2007). *Responsabilidad Social Empresarial y Mercado de Trabajo*. Universidad Católica del Perú, Departamento de Economía, Lima, Perú.

Recuperado el 02 de Octubre de 2021, de
file:///C:/Users/Admin/Downloads/DDD258.pdf

Geba, N., & Fernández, L. (2007). *El Índice de Responsabilidad Social Empresaria y el Balance Social*. Universidad Nacional de la Plata, Facultad de Ciencias Económicas, La Plata. Recuperado el 5 de septiembre de 2021.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2020). *Encuesta Nacional del Gasto de los Hogares 2017-2018. Nota técnica. Factores de expansión, estimación y cálculo de los errores de la muestra*. Nota técnica N° 4, Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Recuperado el 13 de noviembre de 2021, de
https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/menusuperior/engho/engho2017_18_nota_tecnica_4.pdf

Licandro, D. (2016). *Responsabilidad Social Empresaria. Reflexiones, investigaciones y casos*. Montevideo: Grupo Magro. Recuperado el 3 de septiembre de 2021

Mapfre. (2019). *Mapfre*. Recuperado el 29 de Septiembre de 2021, de
<https://noticias.mapfre.com/ods-claves-politicas-rsc-empresas/>

Méndez, C., & Rondón, M. (2012). Introducción al Análisis Factorial Exploratorio. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 41(1). Recuperado el 18 de diciembre de 2021

Ministerio de Gob, Derechos Humanos, Trabajo y Justicia. (2019). *Gobierno de la Provincia de Salta*. Recuperado el 18 de septiembre de 2021, de
<https://www.salta.gob.ar/prensa/noticias/compromiso-de-salta-para-el-impulso-de-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible-77731>

Ministerio de Relaciones Exteriores, C. I. (2016). *Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto*. Recuperado el 18 de septiembre de 2021, de <https://cancilleria.gob.ar/es/actualidad/boletin/la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible-una-apuesta-nacional>

Montoya, O. (2007). Aplicación del Análisis Factorial a la investigación de mercados. Caso de estudio. *Scientia et Technica Año XIII. Universidad Tecnológica de Pereira*(ISSN 0122-101), 1-6. Recuperado el 20 de diciembre de 2021

Moreno, C. G. (2016). La Responsabilidad Social, una mirada transversal: El caso Tabacal Agroindustria. *21º Congreso Nacional de Profesionales en Ciencias Económicas*, (págs. 1-19). Tucumán. Recuperado el 30 de septiembre de 2021

Moreno, C. G. (2020). *Cátedra de Ética y Responsabilidad Social Empresaria*. Notas de cátedra, Universidad Católica de Salta, Mestría en Agronegocios, Salta. Recuperado el 28 de agosto de 2021

Moreno, C. G. (2020). La Responsabilidad Social Empresarial: De la construcción del valor a la competitividad empresarial. *INNOVA UNTREF-Revista Argentina de Ciencia y Tecnología*, 5ta Edición(ISSN 2618-1894), 1-26. Recuperado el 15 de septiembre de 2021.

- Neer, N. (2014). La Responsabilidad Social Empresaria como herramienta para combatir el trabajo no registrado. (Rubinzal-Culzoni, Ed.) *Revista de Derecho Laboral*(2). Recuperado el 1 de septiembre de 2021.
- Newbold, P., William, C., & Thorne, B. (2008). *Statistics for Administration and Economics* (6th edition). Madrid, Spain: Pearson Education S.A. Recovered from 31 the octubre from 2021
- Núñez, M. D., Perazzini, G., & Tomas, A. (2018). *RSE: Condección de un plan de RSE en una pyme de la provincia de Buenos Aires*. TFPP-Licenciatura en Administración y Gestión Empresarial, Universidad Nacional de San Martín, Escuela de Ecnomía y Negocios, Buenos Aires. Recuperado el 30 de septiembre de 2021
- Observatorio de Comercio Ilícito. (2016). *Comercio informal: Riesgos e implicancias*. Camara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo. Recuperado el 12 de septiembre de 2021, de <https://www.cnc.cl/wp-content/uploads/2020/03/Mirada-Fen-16-20.pdf>
- Observatorio del Comercio Ilícito. (2018). *Medidas para el combate del comercio ilegal: Mesa público-privado*. Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo, Santiago de Chile. Recuperado el 15 de septiembre de 2021.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2007). *La Formalización de las Empresas*. Organización Mundial del Trabajo, Unidad de las Pyme del Departamento de Empresas, Buenos Aires.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2010). La OIT y la responsabilidad social de la empresa (RSE). *Helpdesk de la OIT No. 1*, 1. Recuperado el 5 de septiembre de 2021
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2019). *El poder de lo pequeño: hay que activar el potencial de las pymes*. Recuperado el 29 de septiembre de 2021, de Organización Mundial del Trabajo: <https://www.ilo.org/infostories/es-ES/Stories/Employment/SMEs#intro>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (s.f.). *Organización Internacional del Trabajo. Argentina*. Recuperado el 5 de enero de 2022, de <https://www.ilo.org/buenosaires/temas/economia-informal/lang-es/index.htm>
- Olaya, S. (2020). La Responsabilidad Social Empresarial y Los Objetivos de Desarrollo Sostenible como complemento organizacional. (F. d.-D. Contables, Ed.) *Adversia. Revista Virtual de Estudiantes de Contaduría Pública*. Recuperado el 6 de septiembre de 2021.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2021). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Recuperado el 25 de septiembre de 2021, de <https://www1.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>
- Organización Internacional de Normalización (ISO). (2010). *ISO - Organización Internacional de Normalización*. Ginebra. Recuperado el 6 de Septiembre de 2021, de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf

- Ormaza, J., Ochoa, J., Ramirez, F., & Quevedo, J. (28 de julio de 2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3). Recuperado el 20 de 1 de 2022, de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/racs/article/view/33241>
- PricewaterhouseCoopers (PWC). (2011). *Un futuro más sostenible. Costa Rica continúa enfocándose en el desarrollo de Responsabilidad Social Empresarial*. Costa Rica. Recuperado el 14 de noviembre de 2021
- Presuttari, L. (2016). *Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial*. Tesis de grado, Universidad Siglo 21, Buenos Aires. Recuperado el 6 de octubre de 2021, de <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/13053/PRESUTTARI%20Leisa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Quispe, G. M., Tapia, M., Ayaviri, D., Villa, M., Eugenia, B. M., & Lema, M. (2018). Causas del comercio informal y la evasión tributaria en las ciudades intermediarias. *Revista Espacios*, 39 (Nº 41)(ISSN 0798 1015). Recuperado el 20 de agosto de 2021.
- Real Academia Española (RAE). (2020). *Real Academia Española*. (Tricentenario, Editor) Recuperado el 13 de septiembre de 2021, de Diccionario de la lengua española: <https://dle.rae.es/empresa>
- Remacha, M. (2017). *Empresa y Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Business School-Universidad de Navarra, Cátedra CaixaBank de Responsabilidad Social Corporativa, Navarra, España. Recuperado el 3 de septiembre de 2021
- Ríos, G. (2020). *La Agenda 2030 y la Responsabilidad Social Empresarial*. Organización Iberoamericana de Seguridad Social, Unidad Didáctica. Lima: N°7. Recuperado el 29 de agosto de 2021
- Sampieri, R., Collado, C., & Lucio, P. (2003). Metodología de la investigación. En *MacGraw-Hill Interamericana*. D.F. México. Recuperado el 27 de octubre de 2021, de <http://metodos-comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/219/2014/04/Hernandez-Sampieri-Cap-1.pdf>
- Santibañes, S. (2017). *Nuevas informalidades en el espacio urbano. Análisis del Sistema Socio-Espacial del Comercio Informal en la Vía Pública en la Ciudad de Buenos Aires*. Tesis magister, Universidad Torcuato Di Tella, Magister en Economía Urbana, Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Recuperado el 6 de agosto de 2021.
- Torrico, J. A. (2016). *La venta comercial a cielo abierto. Análisis del comercio informal de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires desde una mirada multiespacial del derecho*. Universidad de San Andrés, Departamento de Derecho, Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Recuperado el 15 de septiembre de 2021.
- United Nations Global Compact. (2017). *United Nations Global Compact Progress Report. Business Solutions to Sustainable Development*. Recovered from 10 the january from 2022 https://d306pr3pise04h.cloudfront.net/docs/publications%2FUN+Impact+Brochure_Concept-FINAL.pdf

- Universidad Centro Americana de Nicaragua. (16 de 4 de 2020). *Analisis de Componentes Principales con Stata*. Universidad Centroamericana, Economía Aplicada, Nicaragua. Recuperado el 21 de diciembre de 2021
- Vicenzi, J., Garita, J., & Odio, M. (2014). Análisis sobre la dinámica de transición y duración del desempleo en Costa Rica. *Ciencias Económicas* 32(2), 39-64. Recuperado el 20 de noviembre de 2021.
- Wooldrodge, J (2010). Introduction to economics a modern approach (Vol. 4ta edition). México D.F. South-Western. Recoverd from 27 the december from 2021.

ANEXO

ANÁLISIS FACTORIAL. CONSTRUCCIÓN DEL IRSE

Tabla N° 1: Referencia del número que representa cada rubro en la construcción de los índices

Número que representan en la construcción del índice	Rubro AFIP
0	Venta al por menor de bienes culturales y recreativos en comercios especializados
1	Venta al por menor de equipos de uso doméstico n.c.p. en comercios especializados
2	Venta al por menor de equipos, periféricos, accesorios y programas informáticos, equipos de telecomunicaciones en comercios especializados
3	Venta al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en comercios especializados
4	Venta al por menor de productos n.c.p., en comercios especializados
5	Venta al por menor en comercios no especializados
6	Venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores

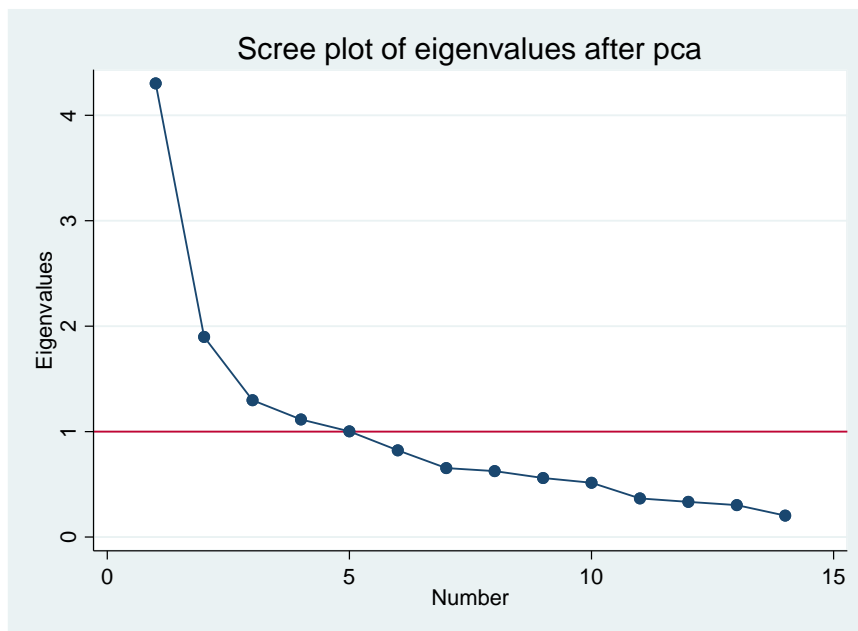
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la muestra y AFIP 2021

Tabla N° 2: Aplicación del Índice KMO para todas las dimensiones de la RSE

Variable	kmo
dimsocial	0.7708
dimsocial1	0.7773
dimsocial2	0.7655
dimsocial3	0.8812
dimsocial4	0.6287
dimsocial5	0.4879
dimsocial6	0.6105
dimambiental	0.6814
dimambiental1	0.8173
dimambiental2	0.8082
dimeconomica	0.7751
dimeconomica1	0.6666
dimeconomica2	0.5159
dimeconomica3	0.8586
General	0.7520

Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

Gráfico N° 1: Criterio de la Sedimentación. Todas las dimensiones de la RSE



Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

Tabla N° 3: Factores rotados por VARIMAX para todas las dimensiones de la RSE

Variable	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	Uniqueness
dimsocial	0.6895	-0.0455	0.2336	-0.0127	0.4645	0.2521
dimsocial1	0.7220	-0.1785	0.2102	0.2513	0.2432	0.2804
dimsocial2	0.5239	0.0020	-0.0812	0.6368	0.1555	0.2892
dimsocial3	0.6617	0.0077	0.1012	0.1933	0.1041	0.5036
dimsocial4	0.0670	0.7134	0.2654	0.3094	0.0905	0.3122
dimsocial5	-0.0262	0.8856	-0.0118	-0.0411	-0.0337	0.2121
dimsocial6	0.2008	0.0775	-0.1360	-0.0206	0.8598	0.1955
dimambiental	0.5443	0.3883	0.0419	-0.2341	-0.4722	0.2734
dimambient~1	0.7854	0.1448	-0.1153	0.0326	-0.0179	0.3475
dimambient~2	0.7387	0.1593	-0.0502	0.2209	-0.1185	0.3636
dimeconomica	0.1716	0.1324	0.1560	0.8313	-0.0634	0.2336
dimeconomica1	0.1481	0.3554	0.6742	0.0241	-0.0160	0.3964
dimeconomica2	0.0180	-0.0319	0.8601	0.0806	-0.1024	0.2419
dimeconomica3	0.5925	-0.0996	0.3403	0.1251	0.1606	0.4818

Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

Tabla N° 4: Resultados de la aplicación del índice de Componentes Principales. Todas las dimensiones de RSE

rubro	mean(indice)
6	.6751277
3	.6411241
5	.6335744
4	.6296859
0	.6221504
1	.5674797
2	.562217

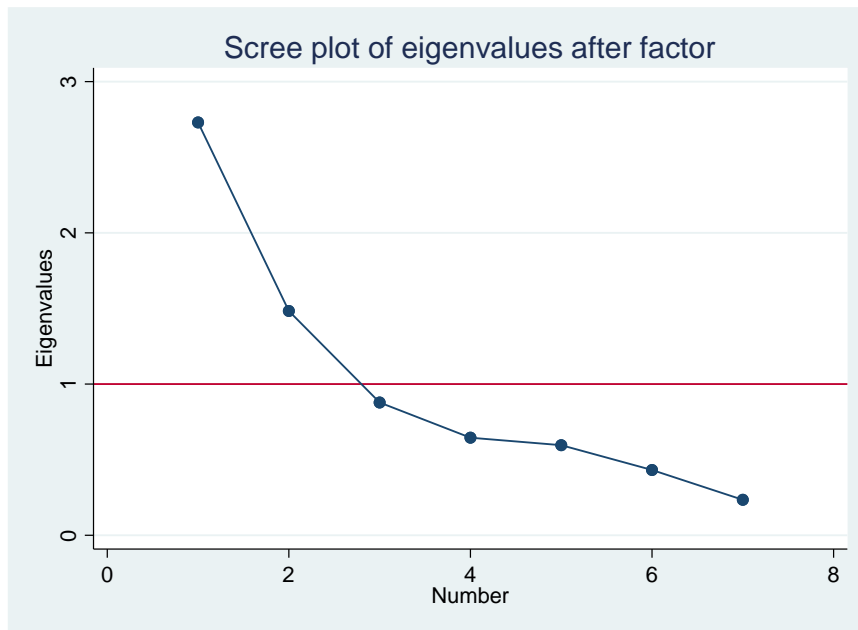
Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

Tabla N° 5: Aplicación del Índice KMO para la dimensión Social

Variable	kmo
dimsocial	0.6487
dimsocial1	0.664
dimsocial2	0.6709
dimsocial3	0.856
dimsocial4	0.4873
dimsocial5	0.4617
dimsocial6	0.6266
General	0.6478

Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

Gráfico N° 2: Criterio de la Sedimentación. Dimensión Social



Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

Tabla N° 6: Factores rotados por VARIMAX para la dimensión Social

Variable	Factor1	Factor2	Uniqueness
dimsocial	0.8177	-0.0020	0.3314
dimsocial1	0.8480	-0.0100	0.2808
dimsocial2	0.7233	0.1272	0.4606
dimsocial3	0.7157	0.0700	0.4829
dimsocial4	0.1858	0.8572	0.2306
dimsocial5	-0.1501	0.8552	0.2461
dimsocial6	0.4884	-0.0876	0.7538

Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

Tabla N° 7: Resultados de la aplicación del índice de Componentes Principales. Dimensión Social

rubro	mean(indice)
3	.6767607
6	.6609104
5	.5474538
4	.5380875
2	.5248264
0	.4974279
1	.4337482

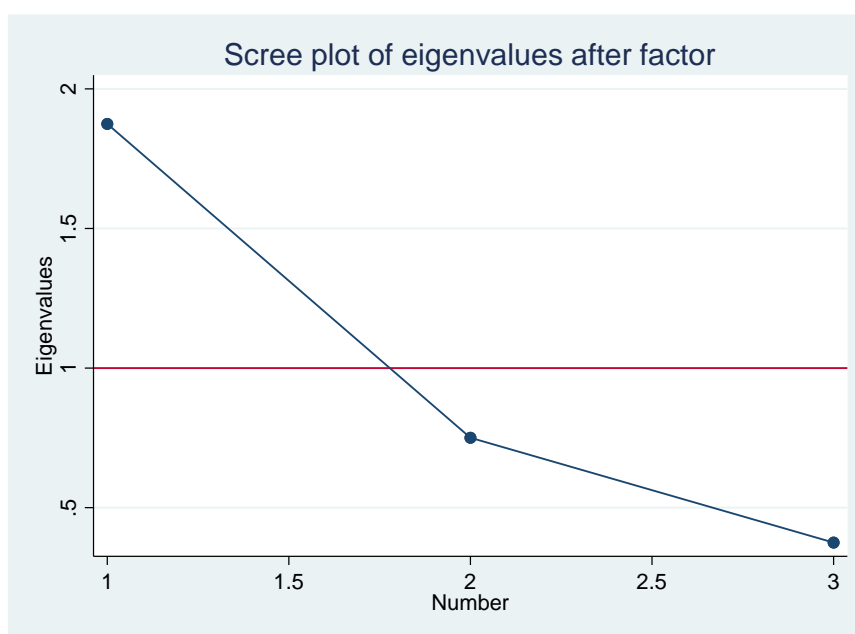
Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

Tabla N° 8: Aplicación del Índice KMO para la dimensión Ambiental

Variable	KMO
dimambiental	0.7932
dimambiental1	0.5798
dimambiental2	0.5778
General	0.6083

Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

Gráfico N° 3: Criterio de la Sedimentación. Dimensión Ambiental



Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

Tabla N° 9: Factores rotados por VARIMAX para la dimensión Ambiental

Variable	Factor1	Uniqueness
dimambiental	0.6453	0.5835
dimambiental1	0.8511	0.2756
dimambiental2	0.8566	0.2663

Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

Tabla N° 10: Resultados de la aplicación del índice de Componentes Principales. Dimensión Ambiental

rubroa	mean(indice2)
6	.8166639
2	.5607246
3	.4793353
5	.3854136
4	.3602074
1	.3026805
0	.2265493

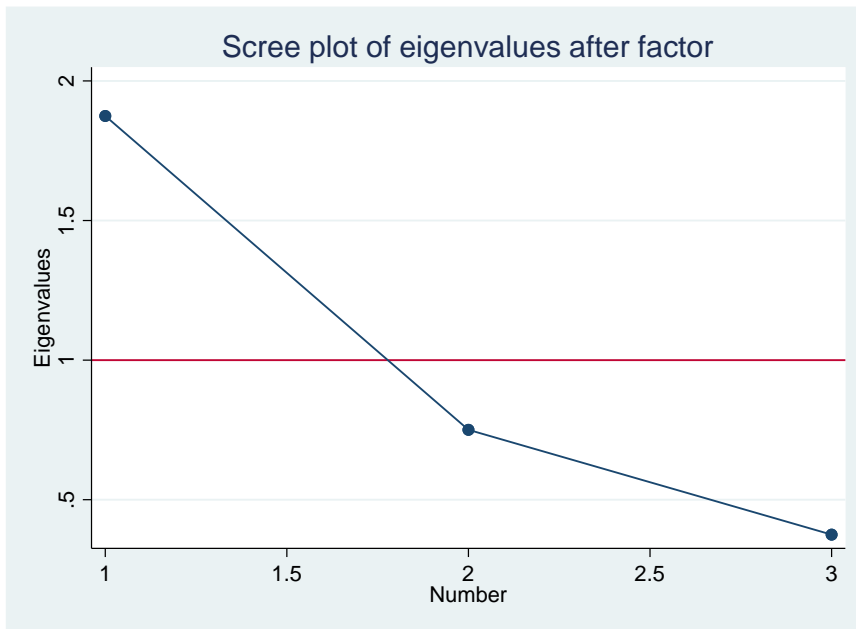
Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

Tabla N° 11: Aplicación del Índice KMO para la dimensión Económica

Variable	kmo
dimeconomica	0.5734
dimeconomica1	0.5591
dimeconomica2	0.551
dimeconomica3	0.6198
General	0.5694

Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

Gráfico N° 4: Criterio de la Sedimentación. Dimensión Económica



Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

Tabla N° 12: Factores rotados por VARIMAX para la dimensión Económica

Variable	Factor1	Factor2	Uniqueness
dimeconomica	0.1063	0.7985	0.3511
dimeconomica1	0.7894	0.2108	0.3325
dimeconomica2	0.8569	0.0129	0.2655
dimeconomica3	0.0912	0.7671	0.4032

Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

Tabla N° 13: Resultados de la aplicación del índice de Componentes Principales. Dimensión Económica

rubroa	mean(indice3)
6	.6623413
4	.5884583
0	.5828547
2	.5556875
3	.5554255
5	.5521522
1	.4828947

Fuente: Elaboración propia a partir del muestreo y relevamiento de campo realizado 2021

ENCUESTA RSE

Responsabilidad Social Empresarial en la ciudad de Salta

Con el objetivo de elaborar el "Índice de Responsabilidad Social Empresarial en la ciudad de Salta" en el marco de una tesis de grado para la carrera Licenciatura de Economía en la Universidad Nacional de Salta, se realiza la siguiente encuesta.

Su participación es muy importante para poder generar información confiable, y desarrollar análisis que motiven medidas favorables.

Los resultados finales se presentan de forma anónima, sin embargo, le pediremos algunos datos de contacto en caso que requiriéramos corroborar información.

Rubro:

Antigüedad:

Cantidad de empleados:

Para usted la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es:

- Comportamiento Ético
- Provisión de un ambiente de trabajo sano y seguro
- Creación de valor para todas las partes interesadas

- Apoyo/Inversión a proyectos sociales
- Filantropía
- Buen desempeño ambiental
- Transparencia
- Sostenibilidad del desempeño en la cadena de valor
- Igualdad de empleo y diversidad
- Tiene en cuenta el impacto ambiental de sus productos
- Mercadeo Responsable
- Todas las anteriores

¿Cuáles son los beneficios que esperaría para su empresa mediante la aplicación de RSE?:

- Sociales
- Financieros
- Éticos
- Ambientales
- Sostenibilidad
- Reconocimiento
- Todas las anteriores

Dimensión social

¿Interpreta a la RSE como parte de su estrategia de desarrollo de negocio?:

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Incluye un enfoque de RSE en su misión y visión?:

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Siempre

¿Lleva a cabo programas de capacitación y formación para los trabajadores?:

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Siempre

¿Se realizan acciones positivas para la sociedad?:

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Siempre

¿Se respetan los derechos de los trabajadores?:

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Siempre

¿Respeto los derechos y cupos laborales de la mujer, personas con capacidades diferentes e inclusión de género?:

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Siempre

¿Qué porcentaje de su presupuesto o recursos asigna para realizar acciones de RSE?

- 5%
- 10%
- 15%
- 20%
- Otro:

Dimisión ambiental

¿Conoce todos los impactos sociales y ambientales que su empresa genera?:

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Siempre

¿Se llevan a cabo acciones para la reducción del consumo de energía, agua y reducción de residuos?:

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Siempre

¿Utiliza productos no contaminantes?:

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Siempre

Dimensión económica

¿Realiza acciones para fidelizar clientes?:

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente

Siempre

¿Cumple con todas las obligaciones fiscales?:

Nunca

A veces

Frecuentemente

Siempre

¿Mide de forma periódica la utilidad que genera su comercio?:

Nunca

A veces

Frecuentemente

Siempre

¿Incluye en sus balances y estados contables indicadores sociales y ambientales?:

Nunca

A veces

Frecuentemente

Siempre

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2030

Están conformados por 17 Objetivos y 169 metas.

Estos objetivos integran todas las dimensiones del desarrollo sostenible: la económica, la ambiental y la social y se basan en un enfoque de derechos con su carácter de integralidad.

¿Posee conocimientos sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2030?:

Nada de conocimiento

Poco conocimiento

Mucho conocimiento

¿Con cuál de los ODS 2030 cree que podría colaborar?:

1. Fin de la pobreza

2. Hambre cero

- 3. Salud y Bienestar
- 4. Educación de calidad
- 5. Igualdad de género
- 6. Agua limpia y saneamiento
- 7. Energía asequible y no contaminante
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 9. Industria, innovación e infraestructura
- 10. Reducción de las desigualdades
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles
- 12. Producción y consumo responsable
- 13. Acción por el clima
- 14. Vida submarina
- 15. Vida de ecosistemas terrestres
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas
- 17. Alianzas para lograr los objetivos

Comercio ilegal

¿El comercio en la vía pública afecta su negocio?:

- No
- Sí

¿En qué lo afecta?:

- Baja sus ventas
- Competencia desleal
- Higiene
- Seguridad
- Todas las anteriores

¿Qué modalidad de comercio en la vía pública lo afecta en mayor medida?

- Carrero

- Puesterero
- Mantero
- Ambulante
- Todas las anteriores

¿En qué ubicación física que se encuentren considera que afecta más para su negocio?

- Calle
- Parque
- Peatonal
- Plaza
- Vereda
- Todas las anteriores

¿Por qué rubro se siente más afectado?

- Accesorios de electrónica
- Accesorios personales
- Alimentos y bebidas
- Arte, artesanías y manualidades
- Artículos de cocina y el hogar
- Artículos de librería
- Artículos religiosos
- Bazar
- Calzado y marroquinería
- Frutas, verduras y especias
- Juguetería, librería y cotillón
- Miscelánea
- Plantas y flores
- Ropa y textil