



Encuesta de CENTROS DE COMPRAS (Shopping Centers)

DICIEMBRE 2006

En el mes de diciembre de 2006, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 30 centros de compras. De ellos, 15 se encuentran ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y los 15 restantes en el conurbano bonaerense.

- Ventas a precios constantes desestacionalizadas:

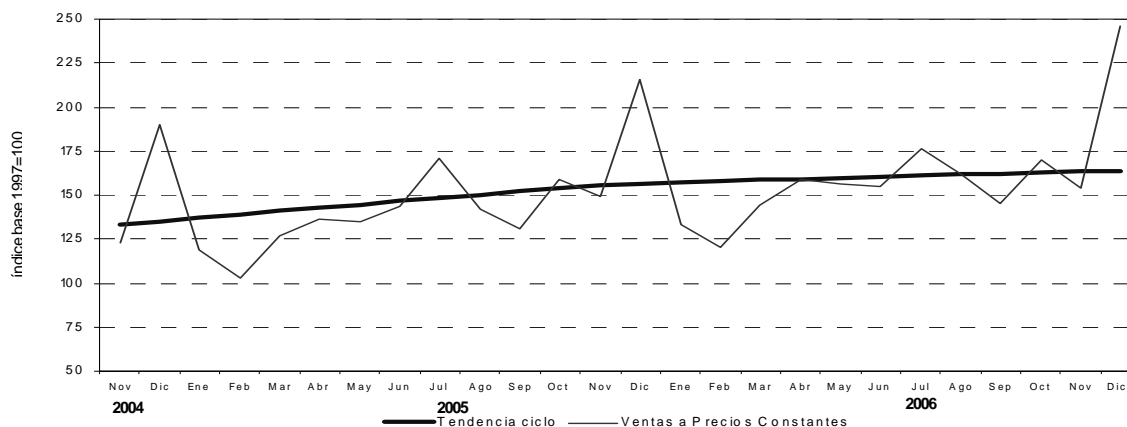
Las ventas desestacionalizadas a precios constantes disminuyeron 0,5% con respecto a noviembre de 2006. La evolución interanual registró una variación positiva de 4,8%.

La tendencia ciclo registró una suba de 0,2% con relación al mes anterior.

Cuadro 1. Ventas a precios constantes. Series desestacionalizada y tendencia ciclo. Variaciones porcentuales

Período	Variación porcentual		
	respecto al período anterior	Tendencia Ciclo	respecto a igual período del año anterior
2005 Dic	-1,8	0,8	13,0
2006 Nov	-2,0	0,2	3,4
Dic*	-0,5	0,2	4,8

Gráfico 1. Evolución mensual de las series de ventas a precios constantes y tendencia ciclo



- Ventas a precios corrientes con estacionalidad:

En diciembre de 2006, las ventas a precios corrientes alcanzaron 638,9 millones de pesos, lo cual representa un incremento de 27,9% con respecto a diciembre de 2005 y una suba de 60,3% con relación a noviembre de 2006.

Por otra parte, las ventas totales a precios corrientes de los primeros doce meses del año 2006 aumentaron 24,6% con respecto a las ventas totales de los primeros doce meses del año 2005.

Cuadro 2. Evolución de las ventas a precios corrientes. Variaciones porcentuales

Período	Ventas a precios corrientes en millones de pesos	Variación porcentual		
		respecto al período anterior	respecto a igual período del año anterior	del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período del año anterior
2004	2.975,9	33,6	///	///
2005	3.814,0	28,2	///	///
2005 Dic	499,4	44,7	25,9	28,2
2006 Nov	398,5	-8,8	15,5	24,1
Dic*	638,9	60,3	27,9	24,6

SERIE DE VENTAS A PRECIOS CORRIENTES SIN DESESTACIONALIZAR

Análisis de los resultados de Noviembre de 2006

En el mes de noviembre de 2006, las ventas totales de los 30 centros de compras ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y en los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires alcanzaron a \$ 398,5 millones. Esto representa una disminución de 8,8% respecto a octubre de 2006 y un incremento de 15,5% respecto a noviembre de 2005. Los primeros once meses de 2006 registraron un aumento de 24,1% respecto a igual período de 2005. Para la Ciudad de Buenos Aires, esta relación es de 25,4% y para los 24 partidos de la provincia de Buenos

Aires es de 22,8%.

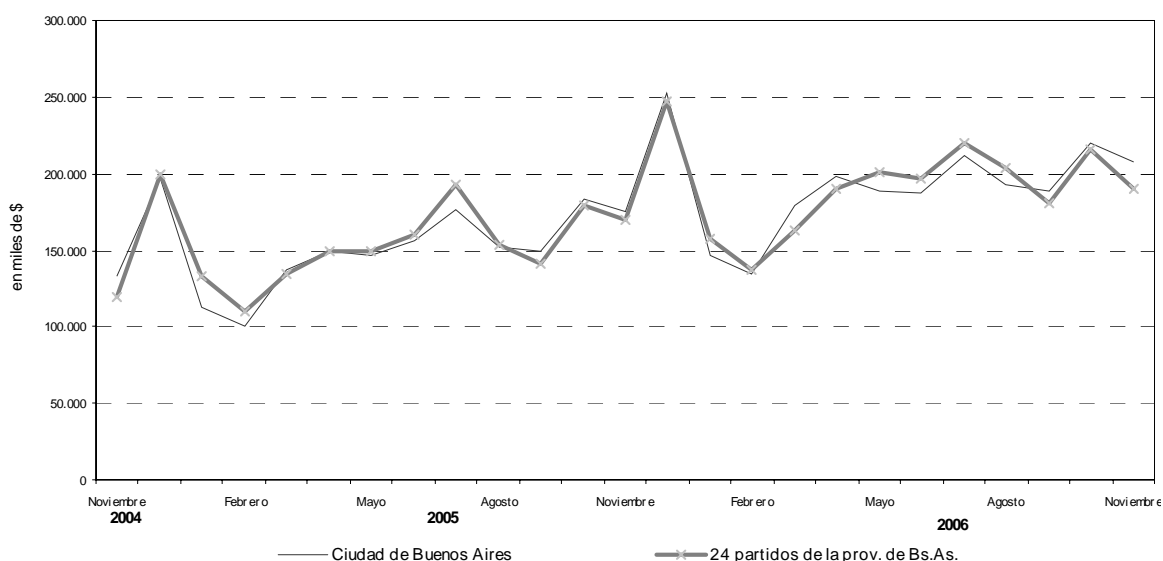
En la Ciudad de Buenos Aires, las ventas de noviembre de 2006 respecto a octubre de 2006 bajaron 5,5%, en tanto que para el mismo mes del año 2005 el incremento fue de 19,3%.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, las ventas de noviembre de 2006 bajaron 12,1% respecto a octubre de 2006, mientras que para igual mes del año anterior el incremento fue de 11,6%.

Cuadro 3. Evolución de las ventas a precios corrientes, por jurisdicción. Variaciones porcentuales.

Jurisdicción	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual		
	2005	2006		respecto al período anterior	respecto a igual período del año anterior	del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período del año anterior
	Noviembre	Octubre	Noviembre			
Total del Gran Bs.As.	345.019	436.736	398.467	-8,8	15,5	24,1
Ciudad de Buenos Aires	174.704	220.500	208.342	-5,5	19,3	25,4
24 partidos de la prov. de Bs.As.	170.315	216.236	190.125	-12,1	11,6	22,8

Gráfico 2. Evolución mensual de las ventas totales a precios corrientes por jurisdicción



Signos convencionales

- * Dato provisorio
- Dato igual a cero
- Dato infimo, menos de la mitad del último dígito mostrado
- . Dato no registrado
- ... Dato no disponible a la fecha de presentación de los resultados
- /// Dato que no corresponde presentar debido a la naturaleza de las cosas o del cálculo
- s Dato confidencial por aplicación de las reglas del secreto estadístico
- e Dato estimado por extrapolación, proyección o imputación

Nota: por razones operativas no se incluye la actividad de los "stands" y góndolas. No se consideran las ventas de los supermercados ubicados en los Centros de Compras por cuanto su actividad se releva en la Encuesta de Supermercados del INDEC. Los totales por suma pueden no coincidir por los redondeos en las cifras parciales.

Los locales activos con volumen de ventas disponible son aquellos que proporcionan a la administración central del Centro de Compras, o en su defecto al INDEC directamente, la información referida al monto total de las ventas correspondientes al mes de referencia. El área bruta locativa comprende el total del área diseñada para ocupación del locatario.

Si se comparan las ventas totales a precios corrientes de noviembre de 2006 con las de octubre de 2006, las disminuciones más significativas se observan en Ropa deportiva (21,1%); Electrónicos (17,2%) y Perfumería (15,3%). El único rubro que presenta una variación positiva superior a 4% es Diversión (7,3%).

Si se tiene en cuenta la variación interanual de noviembre de 2006, se observan variaciones positivas en todos los rubros, siendo las más significativas en Otros (41,2%), Patio de comidas (27,1%),

Librería (25,2%), Perfumería (20,0%), Amoblamientos (17,6%), Ropa deportiva (16,4%), Juguetería (13,5%), Indumentaria (12,2%), Electrónicos (11,8%) y Diversión (8,9%).

En los primeros once meses de 2006, las ventas totales registraron un aumento de 24,1% respecto a igual período de 2005. Los rubros que aumentaron más fueron Electrónicos (40,6%); Otros (36,0%); Ropa deportiva (30,1%) y Patio de comidas (30,1%).

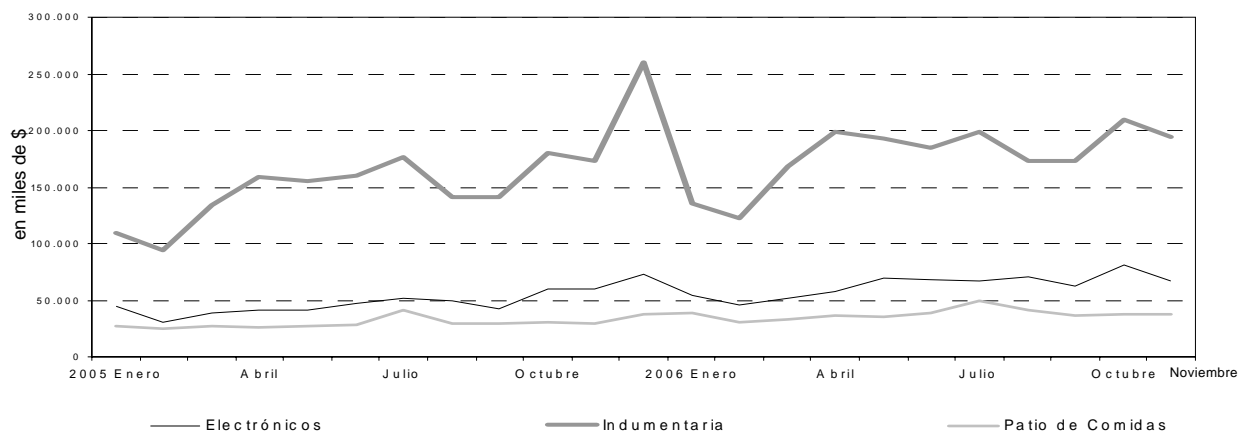
Cuadro 4. Evolución de las ventas a precios corrientes, por rubros, según jurisdicción. Variaciones porcentuales.

Grupos de artículos	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual		
	2005	2006		respecto al período anterior	respecto a igual período del año anterior	del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período del año anterior
	Noviembre	Octubre	Noviembre			
Total del Gran Bs.As.	345.019	436.736	398.467	-8,8	15,5	24,1
Indumentaria calzado y marroquinería	173.229	209.572	194.310	-7,3	12,2	21,0
Ropa y accesorios deportivos	21.435	31.642	24.957	-21,1	16,4	30,1
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	18.509	21.347	21.769	2,0	17,6	11,7
Patio de comidas, alimentos y kioscos	29.596	37.405	37.627	0,6	27,1	30,1
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	60.233	81.340	67.315	-17,2	11,8	40,6
Juguetería	4.237	4.624	4.808	4,0	13,5	22,1
Librería y Papelería	4.947	6.227	6.194	-0,5	25,2	16,5
Diversión y esparcimiento	8.613	8.737	9.376	7,3	8,9	16,5
Perfumería y Farmacia	9.827	13.920	11.794	-15,3	20,0	13,6
Otros	14.393	21.922	20.317	-7,3	41,2	36,0
Ciudad de Buenos Aires	174.704	220.500	208.342	-5,5	19,3	25,4
Indumentaria calzado y marroquinería	101.416	125.975	119.296	-5,3	17,6	26,3
Ropa y accesorios deportivos	8.969	13.717	10.892	-20,6	21,4	34,5
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	9.632	10.961	11.630	6,1	20,7	9,4
Patio de comidas, alimentos y kioscos	15.317	18.844	19.572	3,9	27,8	29,0
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	17.537	23.648	20.544	-13,1	17,1	41,7
Juguetería	1.970	2.102	2.135	1,6	8,4	25,3
Librería y Papelería	3.065	3.800	3.811	0,3	24,3	13,8
Diversión y esparcimiento	2.497	2.564	3.166	23,5	26,8	20,0
Perfumería y Farmacia	6.651	9.478	8.101	-14,5	21,8	15,6
Otros	7.650	9.411	9.195	-2,3	20,2	16,1
24 partidos de la prov. de Bs.As.	170.315	216.236	190.125	-12,1	11,6	22,8
Indumentaria calzado y marroquinería	71.813	83.597	75.014	-10,3	4,5	13,3
Ropa y accesorios deportivos	12.466	17.925	14.065	-21,5	12,8	25,8
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	8.877	10.386	10.139	-2,4	14,2	18,3
Patio de comidas, alimentos y kioscos	14.279	18.561	18.055	-2,7	26,4	29,0
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	42.696	57.692	46.771	-18,9	9,5	36,3
Juguetería	2.267	2.522	2.673	6,0	17,9	17,6
Librería y Papelería	1.882	2.427	2.383	-1,8	26,6	16,4
Diversión y esparcimiento	6.116	6.173	6.210	0,6	1,5	14,3
Perfumería y Farmacia	3.176	4.442	3.693	-16,9	16,3	10,4
Otros	6.743	12.511	11.122	-11,1	64,9	59,0

Cuadro 5. Composición porcentual de las ventas a precios corrientes por rubro, según jurisdicción

Grupos de artículos	Composición porcentual de las ventas		
	2005	2006	
	Noviembre	Octubre	Noviembre
Total del Gran Bs.As.	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	50,2	48,0	48,8
Ropa y accesorios deportivos	6,2	7,2	6,3
Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	5,4	4,9	5,5
Patio de comidas, alimentos y kioscos	8,6	8,6	9,4
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	17,5	18,6	16,9
Juguetería	1,2	1,1	1,2
Librería y Papelería	1,4	1,4	1,6
Diversión y esparcimiento	2,5	2,0	2,4
Perfumería y Farmacia	2,8	3,2	3,0
Otros	4,2	5,0	5,1
Ciudad de Buenos Aires	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	58,1	57,1	57,3
Ropa y accesorios deportivos	5,1	6,2	5,2
Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	5,5	5,0	5,6
Patio de comidas, alimentos y kioscos	8,8	8,5	9,4
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	10,0	10,7	9,9
Juguetería	1,1	1,0	1,0
Librería y Papelería	1,8	1,7	1,8
Diversión y esparcimiento	1,4	1,2	1,5
Perfumería y Farmacia	3,8	4,3	3,9
Otros	4,4	4,3	4,4
24 partidos de la prov. de Bs.As.	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	42,2	38,7	39,5
Ropa y accesorios deportivos	7,3	8,3	7,4
Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	5,2	4,8	5,3
Patio de comidas, alimentos y kioscos	8,4	8,6	9,5
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	25,1	26,7	24,6
Juguetería	1,3	1,2	1,4
Librería y Papelería	1,1	1,1	1,3
Diversión y esparcimiento	3,6	2,9	3,3
Perfumería y Farmacia	1,9	2,1	1,9
Otros	4,0	5,8	5,8

Gráfico 3. Evolución de las ventas a precios corrientes de los principales rubros



En el mes de noviembre de 2006, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 30 centros de compras. De ellos, 15 se encuentran ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y los 15 restantes en los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

En la Ciudad de Buenos Aires, 10 de los 15 Centros de

compras tienen menos de 100 locales y los 5 restantes más de 100 locales.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, 10 de los 15 Centros de compras tienen menos de 100 locales y los 5 restantes más de 100 locales.

Cuadro 7. Cantidad de Centros de Compras por jurisdicción y tamaño

Período	Total	Cantidad de locales		Ciudad de Buenos Aires			24 partidos de la provincia de Buenos Aires		
		Más de 100	Hasta 100	Total	Más de 100 locales	Hasta 100 locales	Total	Más de 100 locales	Hasta 100 locales
número									
2005									
Noviembre	29	10	19	14	5	9	15	5	10
2006									
Octubre	29	10	19	14	5	9	15	5	10
Noviembre	30	10	20	15	5	10	15	5	10

En estos Centros de compras, en el mes de noviembre de 2006 se encuentran ubicados 2.452 locales, de los cuales el 91,6% están en actividad e informan ventas, mientras que el 2,1% corresponde al rubro Otros (estudios jurídicos, consultorios médicos, etc.) y el 6,3% permanece inactivo.

Una situación similar se observa al analizar el área bruta locativa. En efecto, de un total de 447,9 miles de m², están en condición de activos con volumen de ventas disponibles el 92,6%, el 2,7% restante corresponde al rubro Otros, en tanto que el 4,7% está inactivo.

Cuadro 8. Condición de actividad de los locales y de su correspondiente área bruta locativa

Período	Todos los locales	Locales activos			Locales inactivos				
		Total	Con volumen de ventas disponibles	Otros	Total	Disponible para alquilar	En reforma	Otros motivos	
número									
Locales									
2005 Noviembre	2.451	2.309	2.253	56	142	116	12	14	
2006 Octubre	2.439	2.290	2.238	52	149	136	7	6	
Noviembre	2.452	2.298	2.246	52	154	138	10	6	
Area Bruta Locativa									
2005 Noviembre	441.121	422.530	410.510	12.020	18.591	16.058	1.633	900	
2006 Octubre	442.724	422.979	410.774	12.205	19.745	18.318	665	762	
Noviembre	447.923	426.851	414.646	12.205	21.072	18.511	1.799	762	

Teniendo en cuenta que el grueso de la ocupación que generan los Centros de Compras corresponde a los locales comerciales y actividades tercerizadas, se realizó en julio de 2006 un relevamiento de la cantidad de personas ocupadas. Los resultados obtenidos pueden observarse en el cua-

dro que se presenta a continuación.

La ocupación global de los centros de compras se distribuye en locales comerciales (86,8%), administrativos (3,5%), tareas de vigilancia (4,4%), tareas de limpieza (4,5%) y otras tareas (0,9%).

Cuadro 9. Cantidad de ocupados en los Centros de Compras -Julio de 2006

Jurisdicción	Total	Administrativos	Locales Comerciales	Vigilancia	Limpieza	Otros
número de personas						
Total	20.626	713	17.894	912	929	178
Ciudad de Buenos Aires	9.941	420	8.429	502	501	89
24 partidos de la prov. De Buenos Aires	10.685	293	9.465	410	428	89

En términos de cantidad de locales, el rubro que tiene la mayor participación corresponde a Indumentaria (49,2%), Patio de comidas (15,8%), Otros (10,4%) y Amoblamientos (7,2%), mientras que el resto no supera el 5%.

En la Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria, (52,5%), Patio de comidas (15,0%), Otros (8,8%) y Amoblamientos (7,3%), el resto no supera el 5%.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (45,8%), Patio de comidas (16,6%), Otros (12,1%), Amoblamientos (7,0%) y Ropa deportiva (5,5%). El resto no supera el 5%.

La cantidad de locales activos en noviembre de 2006 con respecto a octubre de 2006 registró una variación positiva de 0,4%, mientras que en relación a noviembre de 2005 se observa una variación negativa de 0,3%.

Cuadro 10. Cantidad de locales activos por rubro según jurisdicción

Grupos de artículos	Cantidad de locales activos		
	2005	2006	
	Noviembre	Octubre	Noviembre
Total del Gran Bs.As.	2.253	2.238	2.246
Indumentaria calzado y marroquinería	1.123	1.107	1.106
Ropa y accesorios deportivos	97	101	101
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	158	160	161
Patio de comidas, alimentos y kioscos	347	351	355
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	70	69	70
Juguetería	39	34	34
Librería y Papelería	42	41	44
Diversión y esparcimiento	63	67	67
Perfumería y Farmacia	80	76	74
Otros	234	232	234
Ciudad de Buenos Aires	1.138	1.136	1.146
Indumentaria calzado y marroquinería	605	602	602
Ropa y accesorios deportivos	39	41	41
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	76	83	84
Patio de comidas, alimentos y kioscos	167	165	172
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	30	28	29
Juguetería	21	17	17
Librería y Papelería	22	22	23
Diversión y esparcimiento	25	28	28
Perfumería y Farmacia	53	51	49
Otros	100	99	101
24 partidos de la prov. de Bs.As.	1.115	1.102	1.100
Indumentaria calzado y marroquinería	518	505	504
Ropa y accesorios deportivos	58	60	60
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	83	77	77
Patio de comidas, alimentos y kioscos	180	186	183
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	40	41	41
Juguetería	18	17	17
Librería y Papelería	20	19	21
Diversión y esparcimiento	38	39	39
Perfumería y Farmacia	27	25	25
Otros	133	133	133

Teniendo en cuenta la composición por rubro del área bruta locativa total, se observa que la mayor participación corresponde a Diversión (29,9%), seguido por Indumentaria (27,0%), Patio de comidas (11,6%), Amoblamientos (9,5%), Electrónicos (6,0%), Otros (5,4%), Ropa deportiva (5,3%), mientras que el resto no supera el 5%.

En la Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (33,2%), Diversión (22,4%), Patio de comidas (13,0%), Amoblamientos (7,7%), Otros (6,7%), Electrónicos

(5,2%), mientras que el resto no supera el 5%.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Diversión (34,7%), Indumentaria (22,9%), Patio de comidas (10,7%), Amoblamientos (10,7%), Electrónicos (6,5%), Ropa deportiva (5,5%) mientras que el resto no supera el 5%.

El área bruta locativa de noviembre de 2006 con respecto a noviembre de 2005 aumentó un 1% y respecto a octubre de 2006 aumentó también 1,0%.

Cuadro 11. Area bruta locativa de los locales activos, por rubro, según jurisdicción

Grupos de artículos	Metros cuadrados		
	2005	2006	
	Noviembre	Octubre	Noviembre
Total del Gran Bs.As.	410.510	410.774	414.646
Indumentaria calzado y marroquinería	112.758	111.844	111.763
Ropa y accesorios deportivos	20.822	22.162	22.162
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	39.985	39.508	39.546
Patio de comidas, alimentos y kioscos	47.271	48.030	48.098
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	23.809	24.726	24.821
Juguetería	7.103	6.437	6.437
Librería y Papelería	7.165	7.041	7.479
Diversión y esparcimiento	119.955	120.648	123.983
Perfumería y Farmacia	7.951	8.101	7.865
Otros	23.691	22.277	22.492
Ciudad de Buenos Aires	156.577	158.434	162.569
Indumentaria calzado y marroquinería	53.570	53.974	54.011
Ropa y accesorios deportivos	7.417	8.182	8.182
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	11.983	12.439	12.477
Patio de comidas, alimentos y kioscos	20.379	20.591	21.067
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	8.230	8.411	8.506
Juguetería	2.397	1.833	1.833
Librería y Papelería	4.314	4.299	4.495
Diversión y esparcimiento	32.766	33.118	36.453
Perfumería y Farmacia	4.646	4.846	4.610
Otros	10.875	10.741	10.935
24 partidos de la prov. de Bs.As.	253.933	252.340	252.077
Indumentaria calzado y marroquinería	59.188	57.870	57.752
Ropa y accesorios deportivos	13.405	13.980	13.980
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	28.002	27.069	27.069
Patio de comidas, alimentos y kioscos	26.892	27.439	27.031
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	15.579	16.315	16.315
Juguetería	4.706	4.604	4.604
Librería y Papelería	2.851	2.742	2.984
Diversión y esparcimiento	87.189	87.530	87.530
Perfumería y Farmacia	3.305	3.255	3.255
Otros	12.816	11.536	11.557

Cuadro 12. Ventas promedio por local activo¹ a precios corrientes, por rubro, según jurisdicción

Período	Total	Indumentaria calzado y marroquinería	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	Juguetería	Librería y papelería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
Total del Gran Buenos Aires											
2005 Noviembre	153,1	154,3	221,0	117,1	85,3	860,5	108,6	117,8	136,7	122,8	61,5
2006 Octubre	195,1	189,3	313,3	133,4	103,6	1178,8	136,0	151,9	130,4	183,2	94,5
Noviembre	177,4	175,7	247,1	135,2	106,0	961,6	141,4	140,8	139,9	159,4	86,8
Ciudad de Buenos Aires											
2005 Noviembre	153,5	167,6	230,0	126,7	91,7	594,6	93,8	139,3	99,9	125,5	76,5
2006 Octubre	194,1	209,3	334,6	132,1	114,2	844,6	123,6	172,7	91,6	185,8	95,1
Noviembre	181,8	196,2	265,7	138,5	113,8	708,4	125,6	165,7	113,1	165,3	91,0
24 partidos de la provincia de Buenos Aires											
2005 Noviembre	152,7	136,6	214,9	108,3	79,3	1067,4	125,9	94,1	160,9	117,6	50,3
2006 Octubre	196,2	165,5	298,8	134,9	99,8	1407,1	148,4	127,7	158,3	177,7	94,1
Noviembre	172,8	148,8	234,4	131,7	96,7	1140,8	157,2	113,5	159,2	147,7	83,6

¹Comprende los locales activos con volumen de ventas disponible.

Cuadro 13. Ventas promedio por m² a precios corrientes, por rubro, según jurisdicción

Período	Total	Indumentaria calzado y marroquinería	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	Juguetería	Librería y papelería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
Total del Gran Buenos Aires											
2005 Noviembre	840	1.536	1.029	463	626	2.530	597	690	72	1.236	608
2006 Octubre	1.063	1.874	1.428	540	779	3.290	718	884	72	1.718	984
Noviembre	961	1.739	1.126	550	782	2.712	747	828	76	1.500	903
Ciudad de Buenos Aires											
2005 Noviembre	1.116	1.893	1.209	804	752	2.316	793	767	89	1.696	739
2006 Octubre	1.392	2.334	1.676	881	915	2.812	1.147	884	77	1.956	876
Noviembre	1.282	2.209	1.331	932	929	2.415	1.165	848	87	1.757	841
24 partidos de la provincia de Buenos Aires											
2005 Noviembre	671	1.213	930	317	531	2.741	482	660	70	961	526
2006 Octubre	857	1.445	1.282	384	676	3.536	548	885	71	1.365	1.085
Noviembre	754	1.299	1.006	375	668	2.867	581	799	71	1.135	962

¹Comprende el área bruta locativa correspondiente a los locales con volumen de ventas disponible.

Cuadro 14. Cantidad de salas cinematográficas, cantidad de espectadores y cantidad de espectadores por sala, por jurisdicción

Período	Cantidad de salas cinematográficas	Cantidad de espectadores	Cantidad promedio de espectadores por sala
Total del Gran Buenos Aires		número	
2005 Noviembre	147	1.159.805	7.890
2006 Octubre	148	482.929	3.263
Noviembre	153	577.351	3.774
Ciudad de Buenos Aires			
2005 Noviembre	34	230.876	6.790
2006 Octubre	35	163.893	4.683
Noviembre	40	237.161	5.929
24 partidos de la provincia de Buenos Aires			
2005 Noviembre	113	928.929	8.221
2006 Octubre	113	319.036	2.823
Noviembre	113	340.190	3.011

La concurrencia a las 153 salas cinematográficas en el mes de noviembre de 2006 fue de 577.351 espectadores, en tanto que el promedio por sala fue de 3.774 espectadores.

En la Ciudad de Buenos Aires la cantidad de salas asciende a 40 y los espectadores alcanzaron a 237.161 con una cantidad promedio de 5.929 espectadores por sala.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires la cantidad de salas asciende a 113, los espectadores fueron 340.190 y el promedio de espectadores por sala fue de 3.011.

Cuadro 15. Cantidad de personal ocupado de las administraciones de los Centros de Compras¹.

Período	Total del Gran Buenos Aires	Ciudad de Buenos Aires	24 partidos de la provincia de Buenos Aires
Total del Gran Buenos Aires		número	
2005 Noviembre	1.255	723	532
2006 Octubre	1.204	728	476
Noviembre	1.235	739	496

El personal ocupado total en el mes de noviembre de 2006 alcanzó a 1.235 personas. Si se compara con noviembre de 2005 la ocupación disminuyó en un 1,6%, en tanto que respecto a octubre de 2006 aumentó un 2,6%.

¹El personal ocupado que se presenta en este cuadro, se refiere exclusivamente al personal de las administraciones de los Centros de Compras.

Cuadro 16. Ingresos de las administraciones de los Centros de Compras, por jurisdicción

Período	Total del Gran Buenos Aires	Ciudad de Buenos Aires	24 partidos de la provincia de Buenos Aires
Total del Gran Buenos Aires		en miles de \$	
2005 Noviembre	29.630	18.924	10.706
2006 Octubre	37.326	20.229	17.097
Noviembre	40.449	24.167	16.282

Los ingresos de las administraciones de los Centros de Compras alcanzaron a \$40,5 millones, correspondiendo \$24,2 millones de pesos a la Ciudad de Buenos Aires y \$16,3 millones a los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

Si se los compara con noviembre de 2005, se observa un incremento a nivel total del 36,5%, mientras que con respecto a octubre de 2006 registraron un aumento de 8,4% .

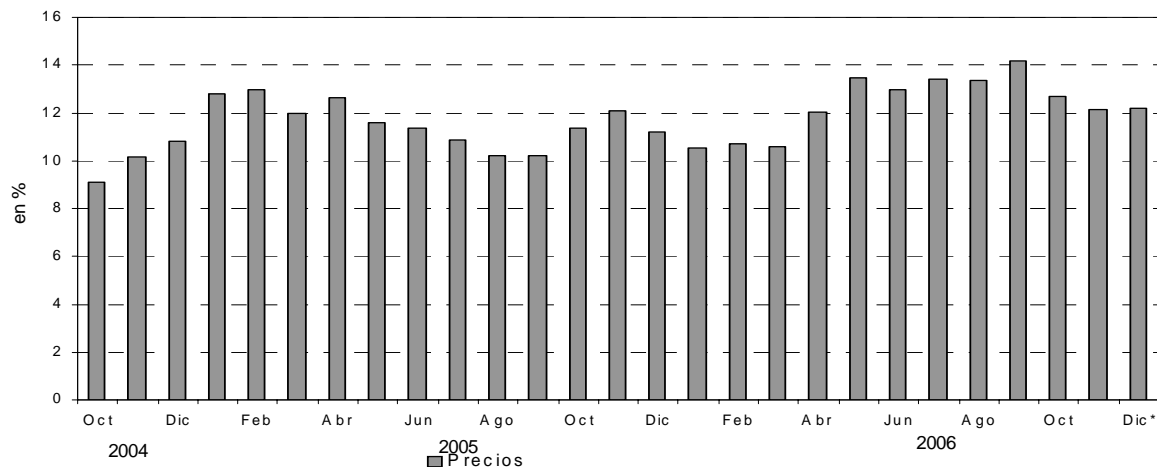
Cuadro 17. Evolución de los índices de precios implícitos de la Encuesta de Centros de compras
Indice base 1997=100

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
	100,0	97,6	93,8	90,2	86,5	116,1	135,8	146,4	185,2	
Enero	100,9	98,5	95,3	91,9	86,8	87,1	127,4	135,6	152,9	169,0
Febrero	100,3	98,0	94,4	91,4	85,1	88,9	127,3	134,2	151,5	167,8
Marzo	100,7	98,7	94,8	91,5	86,3	94,1	132,8	141,5	158,4	175,2
Abril	101,1	98,8	95,1	91,4	88,3	109,7	137,2	144,1	162,3	181,8
Mayo	101,0	98,7	94,9	91,1	88,6	114,9	137,8	146,3	163,2	185,2
Junio	100,8	98,4	94,7	90,7	88,1	119,1	137,6	146,8	163,5	184,7
Julio	100,1	97,7	93,9	90,2	87,3	119,8	134,3	144,2	159,9	181,3
Agosto	99,1	96,6	92,8	89,5	86,0	122,1	134,5	145,3	160,1	181,4
Septiembre	99,5	96,8	92,7	89,5	85,9	126,3	137,0	149,6	164,9	188,3
Octubre	99,4	96,4	92,6	89,0	85,4	129,7	139,1	151,8	169,1	190,6
Noviembre	99,3	96,2	92,5	88,6	85,3	130,1	138,8	152,8	171,2	192,0
Diciembre	99,0	95,8	92,2	87,6	84,7	130,7	139,4	154,5	171,8	192,7*

Cuadro 18. Variaciones interanuales de los índices de precios implícitos de la Encuesta de Centros de compras

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
				en %					
	-2,4	-3,9	-3,8	-4,1	34,2	17,0	7,8	26,5	
Enero	-2,4	-3,2	-3,6	-5,5	0,3	46,3	6,4	12,8	10,5
Febrero	-2,3	-3,7	-3,2	-6,9	4,5	43,2	5,4	12,9	10,7
Marzo	-2,0	-4,0	-3,5	-5,7	9,0	41,1	6,6	11,9	10,6
Abril	-2,3	-3,7	-3,9	-3,4	24,2	25,1	5,0	12,6	12,0
Mayo	-2,3	-3,9	-4,0	-2,7	29,7	19,9	6,2	11,6	13,5
Junio	-2,4	-3,8	-4,2	-2,9	35,2	15,5	6,7	11,4	13,0
Julio	-2,4	-3,9	-3,9	-3,2	37,2	12,1	7,4	10,9	13,4
Agosto	-2,5	-3,9	-3,6	-3,9	42,0	10,2	8,0	10,2	13,3
Septiembre	-2,7	-4,2	-3,5	-4,0	47,0	8,5	9,2	10,2	14,2
Octubre	-3,0	-3,9	-3,9	-4,0	51,9	7,2	9,1	11,4	12,7
Noviembre	-3,1	-3,8	-4,2	-3,7	52,5	6,7	10,1	12,1	12,1
Diciembre	-3,2	-3,8	-5,0	-3,3	54,3	6,7	10,8	11,2	12,2*

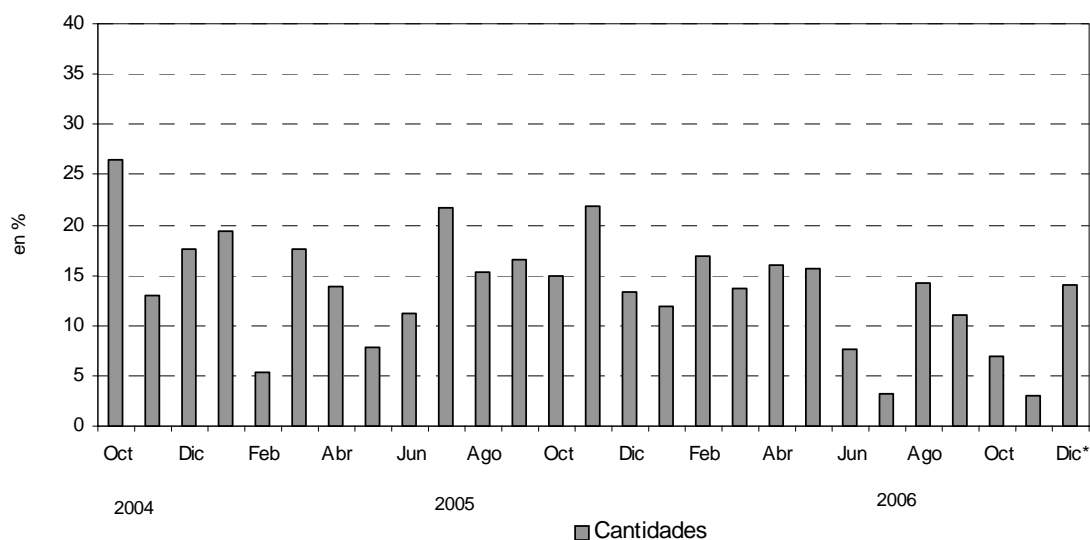
Gráfico 4. Precios, variación porcentual respecto a igual período del año anterior



Cuadro 19. Ventas de Centros de Compras. Series a precios corrientes, a precios constantes, desestacionalizada a precios constantes y tendencia y sus variaciones. Índices base 1997=100

Período	Precios Corrientes			Precios Constantes			Desestacionalizada a Precios Constantes			Tendencia Ciclo	
	Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales mensual
		mensual	interanual		mensual	interanual		mensual	interanual		
2003	Ene	94,5	-43,8	74,2	-42,3	18,2	90,9	-0,2	17,1	93,0	1,4
	Feb	92,3	-2,3	72,5	-2,3	12,2	94,7	4,2	12,1	94,1	1,2
	Mar	124,4	34,9	93,7	29,2	2,3	96,3	1,7	8,8	95,2	1,1
	Abr	124,2	-0,2	90,5	-3,4	24,1	93,9	-2,6	16,4	96,4	1,3
	May	128,5	3,5	93,3	3,1	22,1	95,4	1,6	17,6	97,9	1,5
	Jun	136,1	5,9	98,9	6,0	10,3	96,3	1,0	14,7	99,6	1,8
	Jul	151,6	11,4	112,9	14,2	20,9	103,7	7,6	23,1	101,7	2,0
	Ago	147,7	-2,5	109,8	-2,7	27,2	107,0	3,2	22,0	103,9	2,2
	Sep	124,8	-15,5	91,1	-17,0	18,9	108,1	1,0	23,2	106,4	2,4
	Oct	152,4	22,0	109,5	20,2	22,3	109,4	1,3	19,7	109,0	2,4
	Nov	150,6	-1,1	108,6	-0,8	26,6	112,5	2,8	22,1	111,6	2,4
	Dic	225,8	49,9	161,9	49,1	26,0	114,0	1,3	25,2	114,3	2,4
2004	Ene	135,3	-40,1	99,8	-38,4	34,5	116,6	2,2	28,3	117,0	2,3
	Feb	131,1	-3,1	97,8	-2,0	34,9	117,5	0,8	24,1	119,5	2,2
	Mar	153,2	16,8	108,2	10,6	15,5	117,0	-0,5	21,4	121,9	2,0
	Abr	173,0	13,0	120,1	11,0	32,7	125,9	7,6	34,1	124,0	1,7
	May	183,1	5,9	125,2	4,2	34,2	128,8	2,3	35,0	125,7	1,4
	Jun	190,3	3,9	129,6	3,5	31,0	129,7	0,7	34,7	127,1	1,1
	Jul	202,9	6,6	140,7	8,6	24,6	127,2	-1,9	22,7	128,2	0,9
	Ago	179,2	-11,7	123,3	-12,4	12,3	126,1	-0,8	17,9	129,3	0,8
	Sep	168,0	-6,3	112,3	-8,9	23,3	131,3	4,1	21,5	130,4	0,9
	Oct	210,3	25,2	138,5	23,3	26,5	130,5	-0,6	19,3	131,7	1,0
	Nov	187,5	-10,8	122,7	-11,4	13,0	134,1	2,8	19,2	133,3	1,2
	Dic	294,2	56,9	190,4	55,2	17,6	137,9	2,8	20,9	135,1	1,4
2005	Ene	182,4	-38,0	119,2	-37,4	19,4	139,2	0,9	19,9	137,1	1,4
	Feb	156,0	-14,4	103,0	-13,6	5,3	135,6	-2,5	15,4	139,1	1,4
	Mar	201,5	29,1	136,7	23,5	17,6	133,2	-1,8	13,9	141,0	1,4
	Abr	221,8	10,1	144,0	7,5	13,8	144,6	8,5	14,9	142,9	1,3
	May	220,3	-0,7	135,0	-1,2	7,8	143,3	-0,9	11,3	144,7	1,3
	Jun	235,5	6,9	144,0	6,7	11,1	146,1	2,0	12,7	146,5	1,3
	Jul	273,7	16,2	171,1	18,8	21,6	149,1	2,0	17,2	148,4	1,3
	Ago	227,5	-16,9	142,1	-16,9	15,2	148,6	-0,3	17,8	150,2	1,2
	Sep	215,9	-5,1	130,9	-7,9	16,6	152,9	2,9	16,5	152,1	1,2
	Oct	269,0	24,6	159,1	21,5	14,9	152,4	-0,3	16,8	153,8	1,1
	Nov	256,0	-4,8	149,5	-6,0	21,8	158,7	4,1	18,3	155,3	1,0
	Dic	370,5	44,7	215,7	44,3	13,3	155,8	-1,8	13,0	156,5	0,8
2006	Ene	225,5	-39,1	133,4	-38,2	11,9	160,4	2,9	15,3	157,5	0,6
	Feb	202,0	-10,4	120,4	-9,7	16,9	159,2	-0,7	17,4	158,2	0,5
	Mar	253,4	25,5	144,7	20,2	13,8	157,1	-1,3	18,0	158,7	0,3
	Abr	288,3	13,7	158,5	9,5	15,9	156,6	-0,3	8,3	159,2	0,3
	May	289,1	0,3	156,1	-1,5	15,6	161,8	3,3	12,9	159,7	0,3
	Jun	286,1	-1,0	154,9	-0,8	7,6	158,2	-2,2	8,2	160,3	0,4
	Jul	320,4	12,0	176,7	14,1	3,3	157,6	-0,4	5,7	161,0	0,4
	Ago	294,4	-8,1	162,3	-8,1	14,2	170,9	8,5	15,0	161,7	0,4
	Sep	273,6	-7,1	145,3	-10,5	11,0	163,4	-4,4	6,9	162,3	0,4
	Oct	324,1	18,4	170,1	17,1	6,9	167,4	2,5	9,8	162,9	0,3
	Nov	295,7	-8,8	154,0	-9,5	3,0	164,2	-2,0	3,4	163,3	0,2
	Dic*	474,1	60,3	246,0	59,7	14,0	163,4	-0,5	4,8	163,5	0,2

Gráfico 4. Cantidades, variación porcentual respecto a igual período del año anterior



SINTESIS METODOLOGICA

Características del ajuste estacional:

Como es habitual anualmente, se revisaron las opciones para la modelización. Una nueva política de tratamiento de series, prevé en adelante, una posible revisión de características del ajuste cada 6 meses.

- Modelo ajustado: ARIMA log (0 1 1)(0 1 1)₁₂
- Ajuste de efecto por días de actividad (efecto trading days que considera el día de la semana en que cae el 1 de mayo (a partir de 1999) , el 25 de diciembre y el 1 de enero)
- Ajuste de efecto pascuas con 1 día de impacto gradual
- Ajuste de variación por outliers

Estimación de la Tendencia – Ciclo:

La tendencia ciclo se estima utilizando la metodología recomendada por la Dra. Estela Dagum. Esta consiste esencialmente en un suavizado especial de la serie desestacionalizada obtenida mediante un post procesamiento utilizando opciones específicas. Dichas opciones son:

- v Extensión de la serie desestacionalizada modificada por valores extremos con el modelo Arima log (011) (001)₁₂.
- v Henderson de 13 términos para estimar la tendencia usando límites más estrictos para la identificación y reemplazo de los valores extremos.