



## Encuesta de CENTROS DE COMPRAS (Shopping Centers)

**MARZO 2006**

En el mes de marzo de 2006 la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 29 centros de compras. De ellos, 14 se encuentran ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y los 15 restantes en los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires

### - Ventas a precios constantes desestacionalizadas:

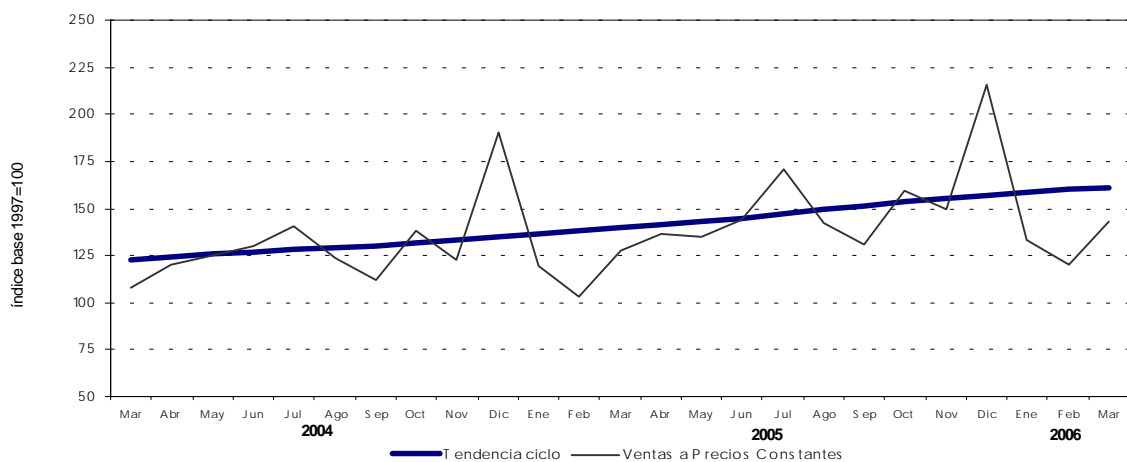
Las ventas desestacionalizadas a precios constantes aumentaron 0,4% con respecto a febrero de 2006. La evolución interanual registró una variación positiva de 16,3%.

La tendencia ciclo registró una suba de 0,5% 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 Mar	1,5	1,2	13,4
2006 Feb	-0,5	0,8	17,6
Mar*	0,4	0,5	16,3

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



### - Ventas a precios corrientes con estacionalidad:

En marzo de 2006, las ventas a precios corrientes alcanzaron \$337,6 millones de pesos, lo cual representa un incremento de 24,3% con respecto a marzo de 2005 y un aumento del 24,0% con relación a febrero de 2006.

Por otra parte, las ventas totales a precios corrientes del primer trimestre del año 2006 aumentaron 25,6% con respecto a las ventas totales del primer trimestre 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 Mar	271,5	-29,1	31,6	28,6
2006 Feb	272,2	-10,4	29,5	26,3
Mar*	337,6	24,0	24,3	25,6

## SERIE DE VENTAS A PRECIOS CORRIENTES SIN DESESTACIONALIZAR

### Análisis de los resultados de Febrero de 2006

En el mes de febrero de 2006 las ventas totales de los 29 centros de compras ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y en los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires alcanzaron a \$ 272,2 millones. Esto representa una disminución de 10,4% respecto a enero de 2006 y un incremento de 29,5% respecto a febrero de 2005. El primer bimestre de 2006 registró un aumento de 26,3% respecto al primer bimestre de 2005. Para la Ciudad de Buenos Aires esta relación es de 31,4% y

para los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires es de 21,8%

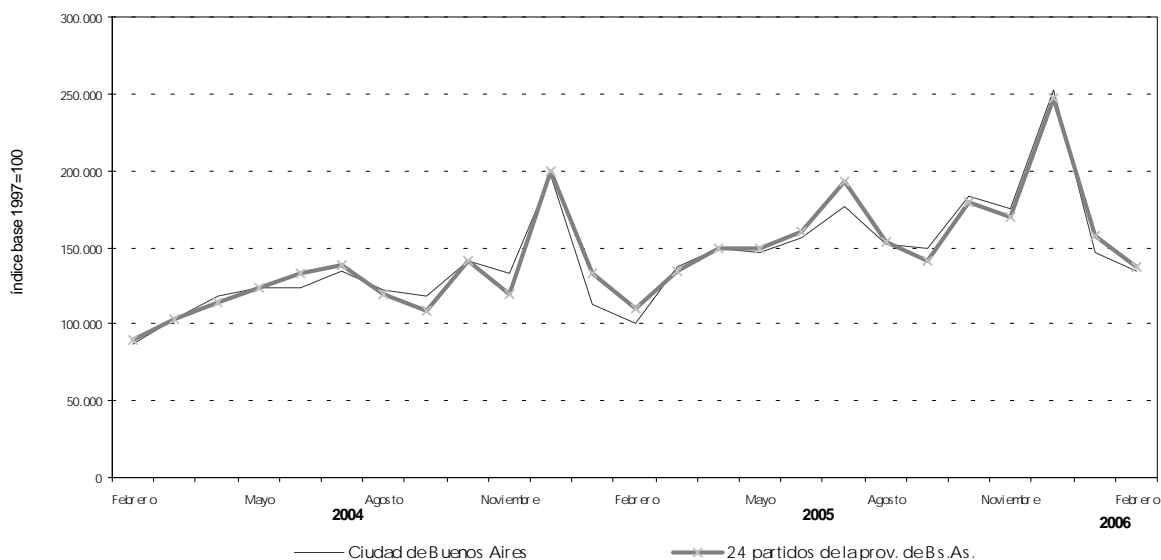
En la Ciudad de Buenos Aires la disminución de las ventas respecto a enero de 2006 es de 8,0%, en tanto que para el mismo mes del año 2005 el aumento es de 33,4%.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, las ventas bajaron un 12,7%, respecto a enero de 2006, mientras que para igual mes del año anterior estas aumentan un 25,9%.

**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
	Febrero	Enero	Febrero			
<b>Total del Gran Bs.As.</b>	210.256	303.853	272.197	-10,4	29,5	26,3
Ciudad de Buenos Aires	100.969	146.329	134.643	-8,0	33,4	31,4
24 partidos de la prov. de Bs.As.	109.287	157.524	137.554	-12,7	25,9	21,8

**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 febrero de 2006 con relación a enero de 2006 se observan disminuciones en las ventas de Juguetería (45,1%); Diversión (23,8%); Patio de comidas (20,2%); Electrónicos (13,8%); Indumentaria (9,7%); Librería (9,1%); Otros (6,2%); Farmacia (4,8%); Ropa deportiva (2,8%). Como contrapartida, se observan aumentos en Amoblamientos (44,2%).

Por otra parte, si se tiene en cuenta la variación interanual de

febrero de 2006 se observa una única disminución en Diversión con un 1,4%. En tanto que en los demás rubros se registró una variación positiva siendo la más significativa Electrónicos con un 50,3%, seguido por Ropa deportiva con un 33,4%.

El primer bimestre de 2006 registró un aumento de 26,3% respecto al primer bimestre del año anterior. Los rubros que aumentaron más son Patio de comidas (34,1%); Electrónicos (33,6%) y Juguetería (30,3%).

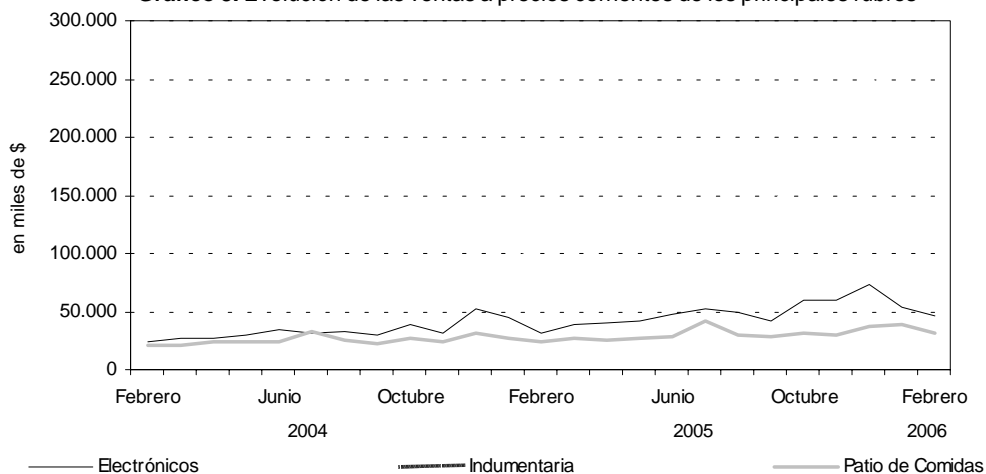
**Cuadro 4.** Evolución de las ventas a precios corrientes, por rubros, según jurisdicción. Variaciones porcentuales.

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
	Febrero	Enero	Febrero			
<b>Total del Gran Bs.As.</b>	210.256	303.853	272.197	-10,4	29,5	26,3
Indumentaria calzado y marroquinería	93.954	135.821	122.642	-9,7	30,5	27,1
Ropa y accesorios deportivos	13.480	18.498	17.988	-2,8	33,4	28,8
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	13.514	10.705	15.435	44,2	14,2	1,3
Patio de comidas, alimentos y kioscos	24.593	38.493	30.719	-20,2	24,9	34,1
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	30.878	53.827	46.407	-13,8	50,3	33,6
Juguetería	2.468	5.613	3.081	-45,1	24,8	30,3
Librería y Papelería	4.202	5.727	5.207	-9,1	23,9	21,1
Diversión y esparcimiento	10.480	13.557	10.337	-23,8	-1,4	9,5
Perfumería y Farmacia	6.489	7.918	7.535	-4,8	16,1	13,0
Otros	10.198	13.694	12.846	-6,2	26,0	27,9
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>	100.969	146.329	134.643	-8,0	33,4	31,4
Indumentaria calzado y marroquinería	51.496	77.449	70.583	-8,9	37,1	34,7
Ropa y accesorios deportivos	5.160	7.325	7.407	1,1	43,5	36,5
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	6.902	3.392	8.097	138,7	17,3	20,1
Patio de comidas, alimentos y kioscos	12.376	20.095	15.602	-22,4	26,1	28,5
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	9.186	16.452	13.838	-15,9	50,6	34,9
Juguetería	961	2.781	1.297	-53,4	35,0	38,4
Librería y Papelería	2.364	3.431	3.112	-9,3	31,6	26,9
Diversión y esparcimiento	2.850	3.799	3.247	-14,5	13,9	23,5
Perfumería y Farmacia	4.277	4.985	4.820	-3,3	12,7	11,0
Otros	5.397	6.620	6.640	0,3	23,0	24,1
<b>24 partidos de la prov. de Bs.As.</b>	109.287	157.524	137.554	-12,7	25,9	21,8
Indumentaria calzado y marroquinería	42.458	58.372	52.059	-10,8	22,6	18,2
Ropa y accesorios deportivos	8.320	11.173	10.581	-5,3	27,2	24,1
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	6.612	7.313	7.338	0,3	11,0	11,0
Patio de comidas, alimentos y kioscos	12.217	18.398	15.117	-17,8	23,7	28,6
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	21.692	37.375	32.569	-12,9	50,1	32,0
Juguetería	1.507	2.832	1.784	-37,0	18,4	13,4
Librería y Papelería	1.838	2.296	2.095	-8,8	14,0	13,3
Diversión y esparcimiento	7.630	9.758	7.090	-27,3	-7,1	4,6
Perfumería y Farmacia	2.212	2.933	2.715	-7,4	22,7	16,9
Otros	4.801	7.074	6.206	-12,3	29,3	31,9

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

Grupos de artículos	Composición porcentual de las ventas		
	2005	2006	
	Febrero	Enero	Febrero
<b>Total del Gran Bs.As.</b>	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	44,7	44,7	45,1
Ropa y accesorios deportivos	6,4	6,1	6,6
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	6,4	3,5	5,7
Patio de comidas, alimentos y kioscos	11,7	12,7	11,3
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	14,7	17,7	17,0
Juguetería	1,2	1,8	1,1
Librería y Papelería	2,0	1,9	1,9
Diversión y esparcimiento	5,0	4,5	3,8
Perfumería y Farmacia	3,1	2,6	2,8
Otros	4,9	4,5	4,7
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	51,0	52,9	52,4
Ropa y accesorios deportivos	5,1	5,0	5,5
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	6,8	2,3	6,0
Patio de comidas, alimentos y kioscos	12,3	13,7	11,6
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	9,1	11,2	10,3
Juguetería	1,0	1,9	1,0
Librería y Papelería	2,3	2,3	2,3
Diversión y esparcimiento	2,8	2,6	2,4
Perfumería y Farmacia	4,2	3,4	3,6
Otros	5,3	4,5	4,9
<b>24 partidos de la prov. de Bs.As.</b>	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	38,9	37,1	37,7
Ropa y accesorios deportivos	7,6	7,1	7,7
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	6,1	4,6	5,2
Patio de comidas, alimentos y kioscos	11,2	11,7	10,8
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	19,8	23,7	24,1
Juguetería	1,4	1,8	1,2
Librería y Papelería	1,7	1,5	1,5
Diversión y esparcimiento	7,0	6,2	5,1
Perfumería y Farmacia	2,0	1,9	1,9
Otros	4,4	4,5	4,6

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



En el mes de febrero de 2006 la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 29 centros de compras. De ellos, 14 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 9 de los 14 Centros de

compras tienen menos de 100 locales y los 5 restantes tienen 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 tienen 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									
<b>2005</b>									
Febrero	28	10	18	14	5	9	14	5	9
<b>2006</b>									
Enero	29	10	19	14	5	9	15	5	10
Febrero	29	10	19	14	5	9	15	5	10

En estos Centros de compras en el mes de febrero de 2006 se encuentran ubicados 2.441 locales, de los cuales el 91,8% están en actividad e informan ventas, el 6,0% permanece inactivo y un 2,3% son por ejemplo estudios jurídicos, consultorios médicos, etc.

Una situación similar se observa al analizar el área bruta locativa. En efecto, de un total de 441 miles de m<sup>2</sup>, están en condición de activos 92,6%, en tanto que el 4,7% está inactivo y el 2,7% restante corresponde al rubro otros .

**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									
<b>Locales</b>									
<b>2005</b>									
Febrero	2.389	2.222	2.177	45	167	147	11	9	
<b>2006</b>									
Enero	2.443	2.296	2.242	54	147	129	11	7	
Febrero	2.441	2.295	2.240	55	146	133	9	4	
<b>Area Bruta Locativa</b>									
<b>2005</b>									
Febrero	434.298	406.983	396.068	10.915	27.315	24.202	1.791	1.322	
<b>2006</b>									
Enero	441.165	421.849	409.951	11.898	19.316	17.127	1.498	691	
Febrero	441.165	420.397	408.445	11.952	20.768	18.795	1.596	377	

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 2005 un relevamiento de la cantidad de personas ocupadas.

Los resultados obtenidos pueden observarse en el

cuadro que se presenta a continuación.

La ocupación global de los centros de compras se distribuye en locales comerciales (86%), en la administración de los Centros de compras (4%), en tareas de vigilancia (5%), en tareas de limpieza (5%) y en otras tareas (1%).

**Cuadro 9. Cantidad de ocupados en los Centros de Compras -Julio de 2005**

Jurisdicción	Total	Administrativos	Locales Comerciales	Vigilancia	Limpieza	Otros
número de personas						
<b>Total</b>	<b>19.095</b>	<b>731</b>	<b>16.355</b>	<b>921</b>	<b>909</b>	<b>179</b>
Ciudad de Buenos Aires	9.336	441	7.815	473	492	115
24 partidos de la prov. de Buenos Aires	9.759	290	8.540	448	417	64

En términos de cantidad de locales, el rubro que tiene la mayor participación corresponde a Indumentaria (49,7%), seguido por Patio de comidas (15,6%); Otros (10,3%) y Amoblamientos (7,1%), mientras que el resto no supera el 5%.

En la ciudad de Buenos Aires los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria, (53,0%); Patio de comidas (14,9%); Otros (8,5%) y Amoblamientos (6,9%), el resto no supera el 5%.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (46,2%); Patio de comidas (16,4%); Otros (12,1%) y Amoblamientos (7,3%); Ropa deportivos (5,2%) y el resto no supera el 5%.

La cantidad de locales activos de febrero de 2006 con respecto a enero de 2006 disminuyó en 0,1% en tanto que respecto a febrero de 2005 aumentó un 2,9%.

**Cuadro 10.** Cantidad de locales activos por rubro según jurisdicción

Grupos de artículos	Cantidad de locales activos		
	2005	2006	
	Febrero	Enero	Febrero
<b>Total del Gran Bs.As.</b>	2.177	2.242	2.240
Indumentaria calzado y marroquinería	1.074	1.111	1.113
Ropa y accesorios deportivos	90	97	97
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	152	160	159
Patio de comidas, alimentos y kioscos	344	350	350
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	70	70	70
Juguetería	35	39	39
Librería y Papelería	39	42	41
Diversión y esparcimiento	64	62	63
Perfumería y Farmacia	78	80	78
Otros	231	231	230
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>	1.128	1.140	1.137
Indumentaria calzado y marroquinería	585	603	603
Ropa y accesorios deportivos	38	39	40
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	83	78	78
Patio de comidas, alimentos y kioscos	175	169	169
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	25	30	30
Juguetería	19	21	21
Librería y Papelería	23	22	21
Diversión y esparcimiento	29	25	26
Perfumería y Farmacia	50	53	52
Otros	101	100	97
<b>24 partidos de la prov. de Bs.As.</b>	1.049	1.102	1.103
Indumentaria calzado y marroquinería	489	508	510
Ropa y accesorios deportivos	52	58	57
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	69	82	81
Patio de comidas, alimentos y kioscos	169	181	181
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	45	40	40
Juguetería	16	18	18
Librería y Papelería	16	20	20
Diversión y esparcimiento	35	37	37
Perfumería y Farmacia	28	27	26
Otros	130	131	133

Teniendo en cuenta la composición por rubro del área bruta locativa total, se observa que la mayor participación corresponde a Diversión (29,4%), seguido por Indumentaria (27,2%), Patio de comidas (11,7%); Amoblamientos (9,7%); Electrónicos (5,8%); Otros (5,7%); Ropa deportiva (5,1%) y el resto no supera el 5%.

En la Ciudad de Buenos Aires los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (33,8%); Diversión (21,2%); Patio de comidas (13,3%); Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar

(7,7%); Otros (6,8%); Electrónicos (5,3%) y el resto no supera el 5%.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires los rubros que tienen la mayor participación son Diversión (34,4%); Indumentaria (23,1%); Amoblamientos (10,9%); Patio de comidas (10,8%); Electrónicos (6,2%); Ropa deportiva (5,3%) y Otros (5,1%) y el resto no supera el 5%.

El área bruta locativa de febrero de 2006 con respecto a enero de 2006 disminuyó un 0,4% en tanto que respecto a febrero de 2005 aumentó un 3,1%.

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

Grupos de artículos	Metros cuadrados		
	2005	2006	
	Febrero	Enero	Febrero
<b>Total del Gran Bs.As.</b>	396.068	409.951	408.445
Indumentaria calzado y marroquinería	106.740	111.562	111.078
Ropa y accesorios deportivos	18.630	20.822	20.838
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	40.280	40.322	39.540
Patio de comidas, alimentos y kioscos	46.246	47.877	47.878
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	21.057	23.809	23.809
Juguetería	6.898	7.103	7.103
Librería y Papelería	6.455	7.165	7.076
Diversión y esparcimiento	115.823	119.905	119.904
Perfumería y Farmacia	7.348	7.951	7.886
Otros	26.591	23.435	23.333
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>	148.554	157.058	156.410
Indumentaria calzado y marroquinería	49.303	53.442	52.834
Ropa y accesorios deportivos	7.091	7.417	7.545
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	13.242	12.195	12.033
Patio de comidas, alimentos y kioscos	20.744	20.790	20.762
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	6.820	8.230	8.230
Juguetería	2.332	2.397	2.397
Librería y Papelería	4.147	4.314	4.282
Diversión y esparcimiento	29.321	32.766	33.106
Perfumería y Farmacia	4.030	4.646	4.629
Otros	11.524	10.861	10.592
<b>24 partidos de la prov. de Bs.As.</b>	247.514	252.893	252.035
Indumentaria calzado y marroquinería	57.437	58.120	58.244
Ropa y accesorios deportivos	11.539	13.405	13.293
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	27.038	28.127	27.507
Patio de comidas, alimentos y kioscos	25.502	27.087	27.116
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	14.237	15.579	15.579
Juguetería	4.566	4.706	4.706
Librería y Papelería	2.308	2.851	2.794
Diversión y esparcimiento	86.502	87.139	86.798
Perfumería y Farmacia	3.318	3.305	3.257
Otros	15.067	12.574	12.741

**Cuadro 12. Ventas promedio por local activo<sup>1</sup> 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
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>											
2005 Febrero	966	87,5	149,8	88,9	71,5	441,1	70,5	107,7	163,8	83,2	44,1
2006 Enero	1355	122,3	190,7	66,9	110,0	769,0	143,9	136,4	218,7	99,0	59,3
Febrero	121,5	110,2	185,4	97,1	87,8	663,0	79,0	127,0	164,1	96,6	55,9
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>											
2005 Febrero	89,5	88,0	135,8	83,2	70,7	367,4	50,6	102,8	96,3	85,5	53,4
2006 Enero	128,4	128,4	187,8	43,5	118,9	548,4	132,4	156,0	152,0	94,1	66,2
Febrero	118,4	117,1	185,2	103,8	92,3	461,3	61,8	146,2	124,9	92,7	68,5
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>											
2005 Febrero	104,2	86,8	160,0	95,8	72,3	482,0	94,2	114,9	216,0	79,0	36,9
2006 Enero	142,9	114,9	192,6	89,2	101,6	934,4	157,3	114,8	263,7	108,6	54,0
Febrero	124,7	102,1	185,6	90,6	83,5	814,2	99,1	104,8	191,6	104,4	46,7

<sup>1</sup>Comprende los locales activos con volumen de ventas disponible.

**Cuadro 13. Ventas promedio por m<sup>2</sup> 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
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>											
2005 Febrero	531	880	724	336	532	1.466	358	651	90	883	384
2006 Enero	741	1.217	888	265	804	2.261	790	799	113	986	584
Febrero	666	1.104	863	390	642	1.949	434	736	86	956	551
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>											
2005 Febrero	680	1.044	728	521	597	1.347	412	570	97	1.061	468
2006 Enero	932	1.449	988	278	967	1.999	1.160	795	116	1.073	610
Febrero	861	1.336	982	673	751	1.681	541	727	98	1.041	627
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>											
2005 Febrero	442	739	721	245	479	1.524	330	796	88	667	319
2006 Enero	623	1.004	833	260	679	2.399	602	805	112	887	563
Febrero	546	894	796	267	557	2.091	379	750	82	833	487

<sup>1</sup>Comprende 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
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>		número	
2005 Febrero	147	980.217	6.668
2006 Enero	148	1.117.006	7.547
Febrero	148	806.066	5.446
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>			
2005 Febrero	34	308.744	9.081
2006 Enero	35	349.161	9.976
Febrero	35	292.205	8.349
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>			
2005 Febrero	113	671.473	5.942
2006 Enero	113	767.845	6.795
Febrero	113	513.861	4.547

La concurrencia a las 148 salas cinematográficas en el mes de febrero de 2006 fue de 806.066 espectadores, en tanto que el promedio por sala fue de 5.446 espectadores.

En la Ciudad de Buenos Aires la cantidad de salas asciende a 35 y los espectadores alcanzaron a 292.205 con una cantidad promedio de 8.349 espectadores por sala.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires la cantidad de salas asciende a 113, los espectadores fueron 513.861 y el promedio de espectadores por sala fue de 4.547.

**Cuadro 15.** Cantidad de personal ocupado de las administraciones de los Centros de Compras<sup>1</sup>.

Período	Total del Gran Buenos Aires	Ciudad de Buenos Aires	24 partidos de la provincia de Buenos Aires
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>		número	
2005 Febrero	1.236	710	526
2006 Enero	1.285	746	539
Febrero	1.280	742	538

El personal ocupado total en el mes de febrero de 2006 alcanzó a 1.280 personas. Si se compara con febrero de 2005 la ocupación se incrementó en un 3,6%, en tanto que respecto a enero de 2006 se verificó una baja de 0,4%.

<sup>1</sup>El 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
en miles de \$			
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>			
20052005 Febrero	25.862	15.087	10.775
2006 Enero	48.804	21.636	27.168
Febrero	35.332	16.703	18.629

Los ingresos de las administraciones de los Centros de compras alcanzaron a \$35,3 millones, correspondiendo \$16,7 millones de pesos a la Ciudad de Buenos Aires y \$18,6 millones a los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

Si se los compara con febrero de 2005, se incrementaron a nivel total un 36,6% y respecto a enero de 2006 bajó un 27,6% .

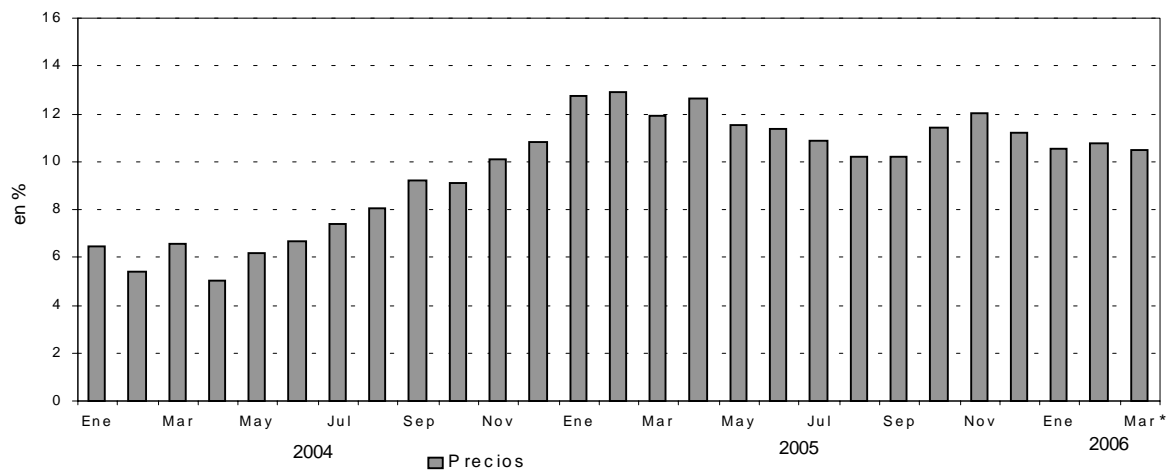
**Cuadro 17.** Evolución de los índices de precios implícitos de la Encuesta de Centros de compras  
Índice base 1997=100

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

**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 %					
	<b>-2,4</b>	<b>-3,9</b>	<b>-3,8</b>	<b>-4,1</b>	<b>34,2</b>	<b>17,0</b>	<b>7,8</b>	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	10,8
Marzo	-2,0	-4,0	-3,5	-5,7	9,0	41,1	6,6	11,9	10,5*
Abril	-2,3	-3,7	-3,9	-3,4	24,2	25,1	5,0	12,6	
Mayo	-2,3	-3,9	-4,0	-2,7	29,7	19,9	6,2	11,6	
Junio	-2,4	-3,8	-4,2	-2,9	35,2	15,5	6,7	11,4	
Julio	-2,4	-3,9	-3,9	-3,2	37,2	12,1	7,4	10,9	
Agosto	-2,5	-3,9	-3,6	-3,9	42,0	10,2	8,0	10,2	
Septiembre	-2,7	-4,2	-3,5	-4,0	47,0	8,5	9,2	10,2	
Octubre	-3,0	-3,9	-3,9	-4,0	51,9	7,2	9,1	11,4	
Noviembre	-3,1	-3,8	-4,2	-3,7	52,5	6,7	10,1	12,1	
Diciembre	-3,2	-3,8	-5,0	-3,3	54,3	6,7	10,8	11,2	

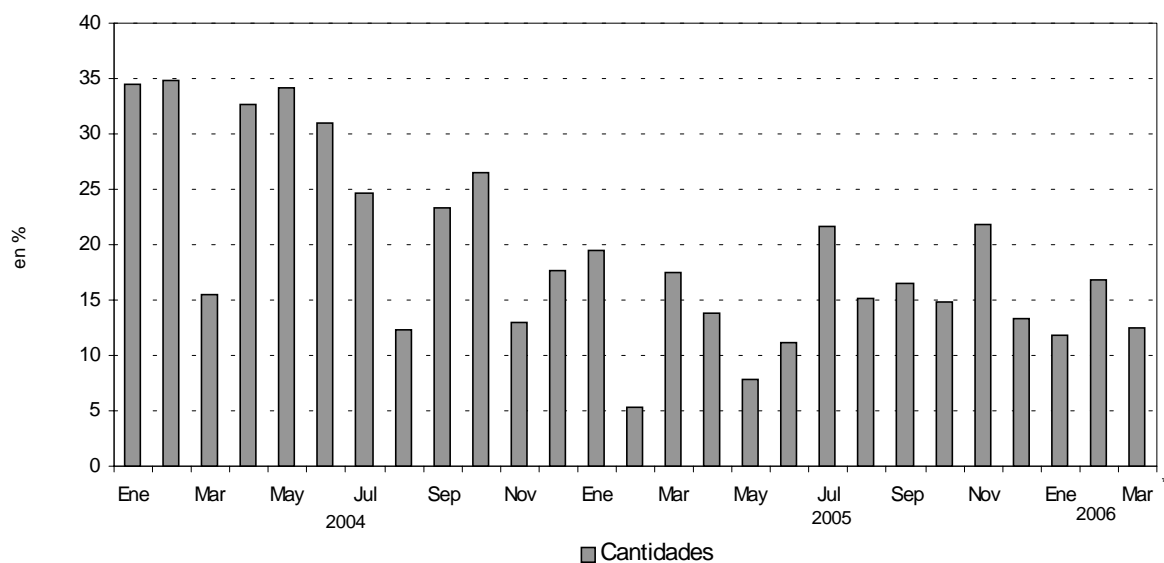
**Gráfico 4.** Precios, variación porcentual respecto a igual período del año anterior



**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	72,6	-42,3	18,2	91,4	-0,2	16,7	93,2	1,5
	Feb	92,3	-2,3	60,6	-2,3	12,2	94,2	3,1	12,4	94,3	1,2
	Mar	124,4	34,9	44,5	29,2	2,3	99,1	5,2	8,9	95,3	1,1
	Abr	124,2	-0,2	55,2	-3,4	24,1	93,8	-5,3	16,5	96,4	1,2
	May	128,5	3,5	46,4	3,1	22,1	94,8	1,1	17,6	97,8	1,5
	Jun	136,1	5,9	27,5	6,0	10,3	94,8	0,0	14,4	99,6	1,8
	Jul	151,6	11,4	35,4	14,2	20,9	103,7	9,4	23,0	101,7	2,1
	Ago	147,7	-2,5	40,1	-2,7	27,2	106,5	2,7	22,3	104,0	2,3
	Sep	124,8	-15,5	29,1	-17,0	18,9	108	1,4	24,0	106,5	2,4
	Oct	152,4	22,0	31,2	20,2	22,3	109,4	1,3	20,1	109,1	2,4
	Nov	150,6	-1,1	35,0	-0,8	26,6	111,7	2,1	22,1	111,8	2,5
	Dic	225,8	49,9	34,4	49,1	26,0	115,2	3,1	25,8	114,6	2,5
2004	Ene	135,3	-40,1	43,3	-38,4	34,5	116,8	1,4	27,8	117,4	2,4
	Feb	131,1	-3,1	42,1	-2,0	34,9	117,5	0,6	24,7	120,0	2,2
	Mar	153,2	16,8	29,1	10,6	15,5	121,8	3,7	22,9	122,4	2,0
	Abr	173,0	13,0	39,3	11,0	32,7	124,3	2,1	32,5	124,3	1,6
	May	183,1	5,9	42,5	4,2	34,2	128,1	3,1	35,1	125,9	1,3
	Jun	190,3	3,9	39,8	3,5	31,0	128,5	0,3	35,5	127	0,9
	Jul	202,9	6,6	33,8	8,6	24,6	125,6	-2,3	21,1	128	0,8
	Ago	179,2	-11,7	21,3	-12,4	12,3	126,4	0,6	18,7	129	0,8
	Sep	168,0	-6,3	34,6	-8,9	23,3	130,9	3,6	21,2	130,1	0,9
	Oct	210,3	25,2	38,0	23,3	26,5	130,9	0,0	19,7	131,5	1,1
	Nov	187,5	-10,8	24,5	-11,4	13,0	133,9	2,3	19,9	133	1,1
	Dic	294,2	56,9	30,3	55,2	17,6	138,5	3,4	20,2	134,6	1,2
2005	Ene	182,4	-38,0	34,7	-37,4	19,4	138,9	0,3	18,9	136,2	1,2
	Feb	156,0	-14,4	19,0	-13,6	5,3	136,0	-2,1	15,7	137,8	1,2
	Mar	201,5	29,1	31,6	23,5	17,6	138,1	1,5	13,4	139,5	1,2
	Abr	221,8	10,1	28,2	7,5	13,8	142,7	3,3	14,8	141,2	1,2
	May	220,3	-0,7	20,3	-1,2	7,8	143,8	0,8	12,3	143,1	1,3
	Jun	235,5	6,9	23,7	6,7	11,1	143,5	-0,2	11,7	145	1,3
	Jul	273,7	16,2	34,9	18,8	21,6	147,0	2,4	17,0	147,1	1,4
	Ago	227,5	-16,9	26,9	-16,9	15,2	149,5	1,7	18,3	149,3	1,5
	Sep	215,9	-5,1	28,5	-7,9	16,6	152,1	1,7	16,2	151,4	1,4
	Oct	269,0	24,6	27,9	21,5	14,9	153,1	0,7	17,0	153,5	1,4
	Nov	256,0	-4,8	36,5	-6,0	21,8	159,3	4,0	19,0	155,5	1,3
	Dic	370,5	44,7	25,9	44,3	13,3	155,3	-2,5	12,1	157,3	1,2
2006	Ene	225,5	-39,1	23,6	-38,2	11,9	160,8	3,5	15,8	158,8	1,0
	Feb	202,0	-10,4	29,5	-9,7	16,9	160,0	-0,5	17,6	160,0	0,8
	Mar*	250,5	24,0	24,3	18,9	12,5	160,6	0,4	16,3	160,8	0,5

**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)<sub>12</sub>
- 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) .
- v Henderson de 13 términos para estimar la tendencia usando límites más estrictos para la identificación y reemplazo de los valores extremos.