



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:

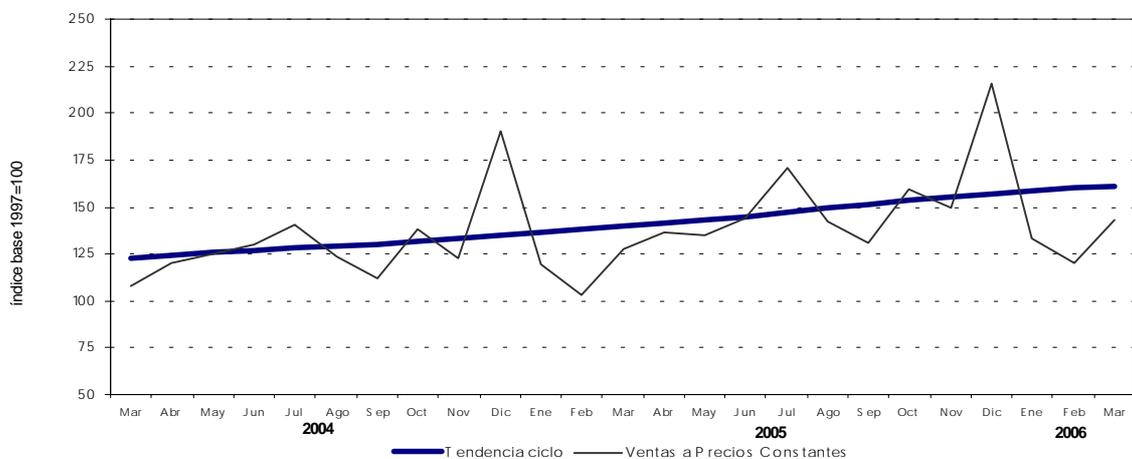
Las ventas desestacionalizadas a precios constantes aumentaron 0,4% con respecto a febrero de 2006. La evolución interanual registró una variación positiva de 16,3%.

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 |
| | Desestacionalizada | | Desestacionalizada |
| 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%

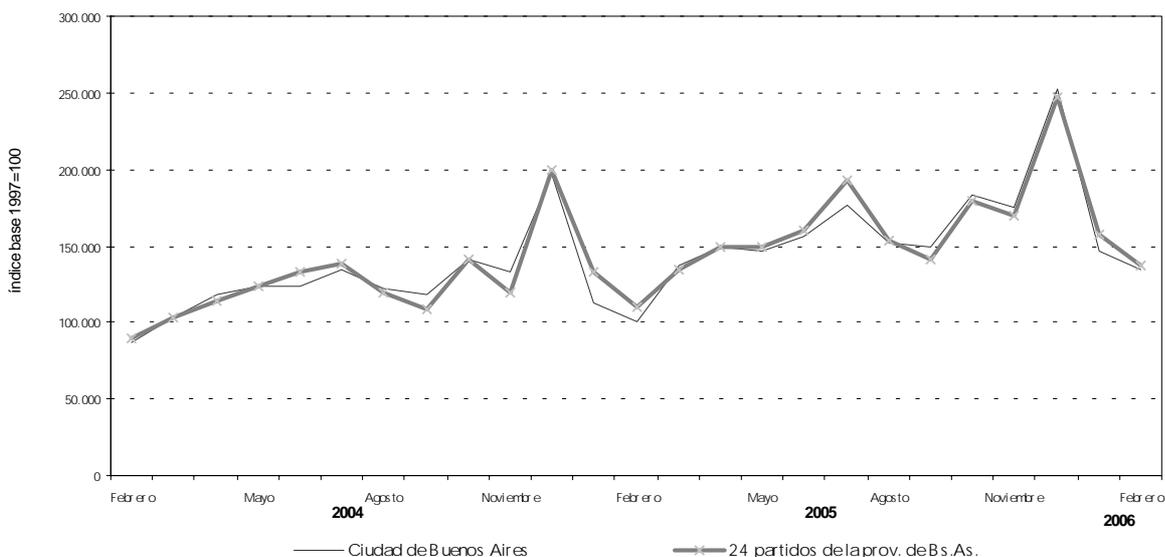
En la Ciudad de Buenos Aires la disminución de las ventas respecto a enero de 2006 es de 8,0%, en tanto que para el mismo mes del año 2005 el aumento es de 33,4%.

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 | | | |
| Total del Gran Bs.As. | 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%).

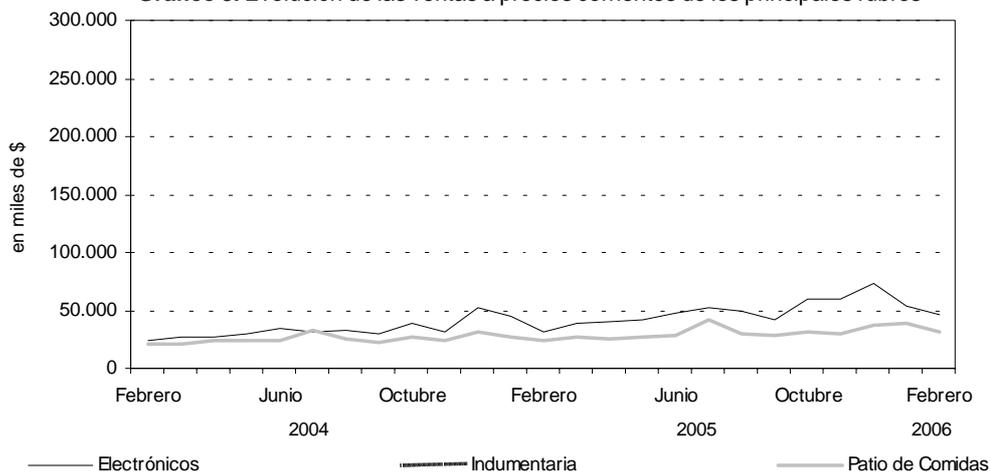
Cuadro 4. Evolución de las ventas a precios corrientes, por rubros, según jurisdicción. Variaciones porcentuales.

| 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 | | | |
| Total del Gran Bs.As. | 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 |
| Ciudad de Buenos Aires | 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 |
| 24 partidos de la prov. de Bs.As. | 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 |
| Total del Gran Bs.As. | 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 |
| Amoblamiento, 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 |
| Ciudad de Buenos Aires | 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 |
| Amoblamiento, 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 |
| 24 partidos de la prov. de Bs.As. | 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 |
| Amoblamiento, 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 | | | | | | | | | |
| 2005 | | | | | | | | | |
| Febrero | 28 | 10 | 18 | 14 | 5 | 9 | 14 | 5 | 9 |
| 2006 | | | | | | | | | |
| 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 m², 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 | | | | | | | | | |
| Locales | | | | | | | | | |
| 2005 | | | | | | | | | |
| Febrero | 2.389 | 2.222 | 2.177 | 45 | 167 | 147 | 11 | 9 | |
| 2006 | | | | | | | | | |
| Enero | 2.443 | 2.296 | 2.242 | 54 | 147 | 129 | 11 | 7 | |
| Febrero | 2.441 | 2.295 | 2.240 | 55 | 146 | 133 | 9 | 4 | |
| Area Bruta Locativa | | | | | | | | | |
| 2005 | | | | | | | | | |
| Febrero | 434.298 | 406.983 | 396.068 | 10.915 | 27.315 | 24.202 | 1.791 | 1.322 | |
| 2006 | | | | | | | | | |
| 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 | | | | | | |
| Total | 19.095 | 731 | 16.355 | 921 | 909 | 179 |
| 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 |
| Total del Gran Bs.As. | 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 |
| Ciudad de Buenos Aires | 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 |
| 24 partidos de la prov. de Bs.As. | 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 |
| Total del Gran Bs.As. | 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 |
| Ciudad de Buenos Aires | 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 |
| 24 partidos de la prov. de Bs.As. | 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 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 | | | | | | en \$ | | | | | |
| 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 |
| Ciudad de Buenos Aires | | | | | | | | | | | |
| 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 |
| 24 partidos de la provincia de Buenos Aires | | | | | | | | | | | |
| 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 |

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 | | | | | | en \$ | | | | | |
| 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 |
| Ciudad de Buenos Aires | | | | | | | | | | | |
| 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 |
| 24 partidos de la provincia de Buenos Aires | | | | | | | | | | | |
| 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 |

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 Febrero | 147 | 980.217 | 6.668 |
| 2006 Enero | 148 | 1.117.006 | 7.547 |
| Febrero | 148 | 806.066 | 5.446 |
| Ciudad de Buenos Aires | | | |
| 2005 Febrero | 34 | 308.744 | 9.081 |
| 2006 Enero | 35 | 349.161 | 9.976 |
| Febrero | 35 | 292.205 | 8.349 |
| 24 partidos de la provincia de Buenos Aires | | | |
| 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 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 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%.

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 |
|------------------------------------|-----------------------------|------------------------|---|
| en miles de \$ | | | |
| Total del Gran Buenos Aires | | | |
| 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%.

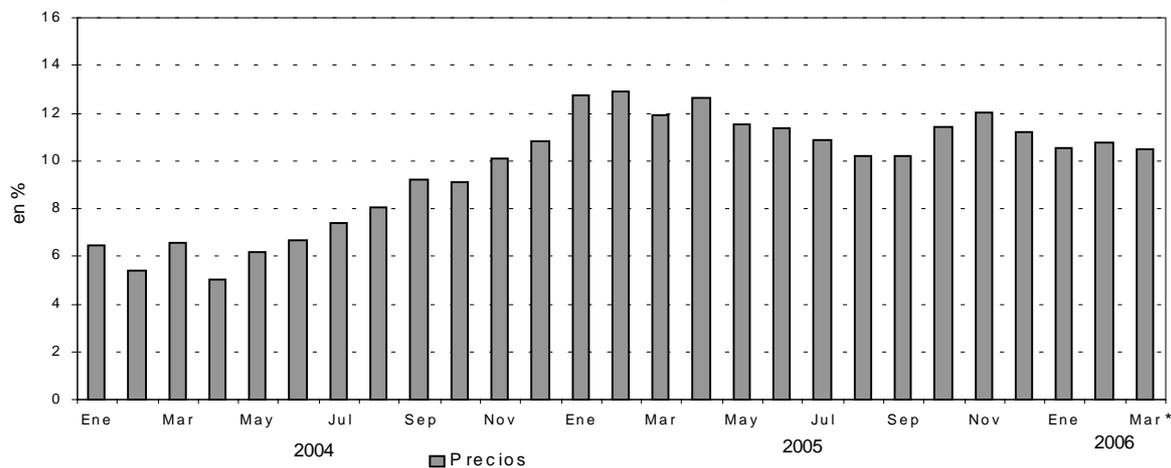
Cuadro 17. Evolución de los índices de precios implícitos de la Encuesta de Centros de compras
Índice base 1997=100

| | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------|
| | 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 | 175,0* |
| 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 % | | | | | |
| | -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 | 10,8 |
| 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 | |

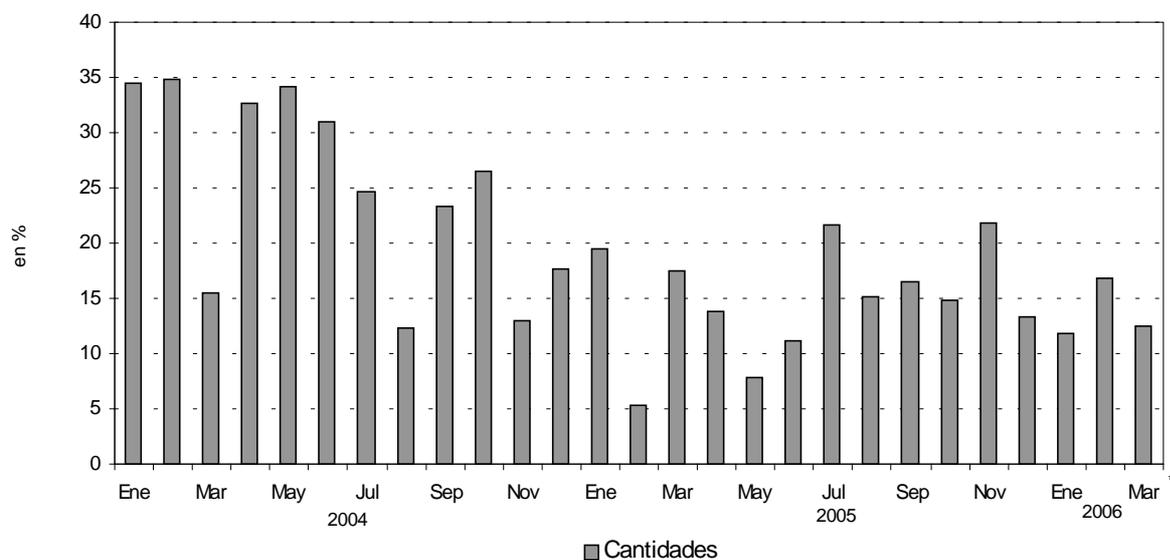
Gráfico 4. Precios, variación porcentual respecto a igual período del año anterior



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 | 74,2 | 18,2 | 91,4 | -0,2 | 16,7 | 93,2 | 1,5 |
| | Feb | 92,3 | -2,3 | 60,6 | -2,3 | 72,5 | 12,2 | 94,2 | 3,1 | 12,4 | 94,3 | 1,2 |
| | Mar | 124,4 | 34,9 | 44,5 | 29,2 | 93,7 | 2,3 | 99,1 | 5,2 | 8,9 | 95,3 | 1,1 |
| | Abr | 124,2 | -0,2 | 55,2 | -3,4 | 90,5 | 24,1 | 93,8 | -5,3 | 16,5 | 96,4 | 1,2 |
| | May | 128,5 | 3,5 | 46,4 | 3,1 | 93,3 | 22,1 | 94,8 | 1,1 | 17,6 | 97,8 | 1,5 |
| | Jun | 136,1 | 5,9 | 27,5 | 6,0 | 98,9 | 10,3 | 94,8 | 0,0 | 14,4 | 99,6 | 1,8 |
| | Jul | 151,6 | 11,4 | 35,4 | 14,2 | 112,9 | 20,9 | 103,7 | 9,4 | 23,0 | 101,7 | 2,1 |
| | Ago | 147,7 | -2,5 | 40,1 | -2,7 | 109,8 | 27,2 | 106,5 | 2,7 | 22,3 | 104,0 | 2,3 |
| | Sep | 124,8 | -15,5 | 29,1 | -17,0 | 91,1 | 18,9 | 108 | 1,4 | 24,0 | 106,5 | 2,4 |
| | Oct | 152,4 | 22,0 | 31,2 | 20,2 | 109,5 | 22,3 | 109,4 | 1,3 | 20,1 | 109,1 | 2,4 |
| | Nov | 150,6 | -1,1 | 35,0 | -0,8 | 108,6 | 26,6 | 111,7 | 2,1 | 22,1 | 111,8 | 2,5 |
| | Dic | 225,8 | 49,9 | 34,4 | 49,1 | 161,9 | 26,0 | 115,2 | 3,1 | 25,8 | 114,6 | 2,5 |
| 2004 | Ene | 135,3 | -40,1 | 43,3 | -38,4 | 99,8 | 34,5 | 116,8 | 1,4 | 27,8 | 117,4 | 2,4 |
| | Feb | 131,1 | -3,1 | 42,1 | -2,0 | 97,8 | 34,9 | 117,5 | 0,6 | 24,7 | 120,0 | 2,2 |
| | Mar | 153,2 | 16,8 | 29,1 | 10,6 | 108,2 | 15,5 | 121,8 | 3,7 | 22,9 | 122,4 | 2,0 |
| | Abr | 173,0 | 13,0 | 39,3 | 11,0 | 120,1 | 32,7 | 124,3 | 2,1 | 32,5 | 124,3 | 1,6 |
| | May | 183,1 | 5,9 | 42,5 | 4,2 | 125,2 | 34,2 | 128,1 | 3,1 | 35,1 | 125,9 | 1,3 |
| | Jun | 190,3 | 3,9 | 39,8 | 3,5 | 129,6 | 31,0 | 128,5 | 0,3 | 35,5 | 127 | 0,9 |
| | Jul | 202,9 | 6,6 | 33,8 | 8,6 | 140,7 | 24,6 | 125,6 | -2,3 | 21,1 | 128 | 0,8 |
| | Ago | 179,2 | -11,7 | 21,3 | -12,4 | 123,3 | 12,3 | 126,4 | 0,6 | 18,7 | 129 | 0,8 |
| | Sep | 168,0 | -6,3 | 34,6 | -8,9 | 112,3 | 23,3 | 130,9 | 3,6 | 21,2 | 130,1 | 0,9 |
| | Oct | 210,3 | 25,2 | 38,0 | 23,3 | 138,5 | 26,5 | 130,9 | 0,0 | 19,7 | 131,5 | 1,1 |
| | Nov | 187,5 | -10,8 | 24,5 | -11,4 | 122,7 | 13,0 | 133,9 | 2,3 | 19,9 | 133 | 1,1 |
| | Dic | 294,2 | 56,9 | 30,3 | 55,2 | 190,4 | 17,6 | 138,5 | 3,4 | 20,2 | 134,6 | 1,2 |
| 2005 | Ene | 182,4 | -38,0 | 34,7 | -37,4 | 119,2 | 19,4 | 138,9 | 0,3 | 18,9 | 136,2 | 1,2 |
| | Feb | 156,0 | -14,4 | 19,0 | -13,6 | 103,0 | 5,3 | 136,0 | -2,1 | 15,7 | 137,8 | 1,2 |
| | Mar | 201,5 | 29,1 | 31,6 | 23,5 | 127,2 | 17,6 | 138,1 | 1,5 | 13,4 | 139,5 | 1,2 |
| | Abr | 221,8 | 10,1 | 28,2 | 7,5 | 136,7 | 13,8 | 142,7 | 3,3 | 14,8 | 141,2 | 1,2 |
| | May | 220,3 | -0,7 | 20,3 | -1,2 | 135,0 | 7,8 | 143,8 | 0,8 | 12,3 | 143,1 | 1,3 |
| | Jun | 235,5 | 6,9 | 23,7 | 6,7 | 144,0 | 11,1 | 143,5 | -0,2 | 11,7 | 145 | 1,3 |
| | Jul | 273,7 | 16,2 | 34,9 | 18,8 | 171,1 | 21,6 | 147,0 | 2,4 | 17,0 | 147,1 | 1,4 |
| | Ago | 227,5 | -16,9 | 26,9 | -16,9 | 142,1 | 15,2 | 149,5 | 1,7 | 18,3 | 149,3 | 1,5 |
| | Sep | 215,9 | -5,1 | 28,5 | -7,9 | 130,9 | 16,6 | 152,1 | 1,7 | 16,2 | 151,4 | 1,4 |
| | Oct | 269,0 | 24,6 | 27,9 | 21,5 | 159,1 | 14,9 | 153,1 | 0,7 | 17,0 | 153,5 | 1,4 |
| | Nov | 256,0 | -4,8 | 36,5 | -6,0 | 149,5 | 21,8 | 159,3 | 4,0 | 19,0 | 155,5 | 1,3 |
| | Dic | 370,5 | 44,7 | 25,9 | 44,3 | 215,7 | 13,3 | 155,3 | -2,5 | 12,1 | 157,3 | 1,2 |
| 2006 | Ene | 225,5 | -39,1 | 23,6 | -38,2 | 133,4 | 11,9 | 160,8 | 3,5 | 15,8 | 158,8 | 1,0 |
| | Feb | 202,0 | -10,4 | 29,5 | -9,7 | 120,4 | 16,9 | 160,0 | -0,5 | 17,6 | 160,0 | 0,8 |
| | Mar* | 250,5 | 24,0 | 24,3 | 18,9 | 143,1 | 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: $ARIMA \log (0 \ 1 \ 1)(0 \ 1 \ 1)_{12}$
- 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.