



Encuesta de CENTROS DE COMPRAS (Shopping Centers)

MARZO 2007

En el mes de marzo de 2007, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 31 centros de compras. De ellos, 16 se encuentran ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y los 15 restantes en el conurbano bonaerense.

- Ventas a precios constantes desestacionalizadas:

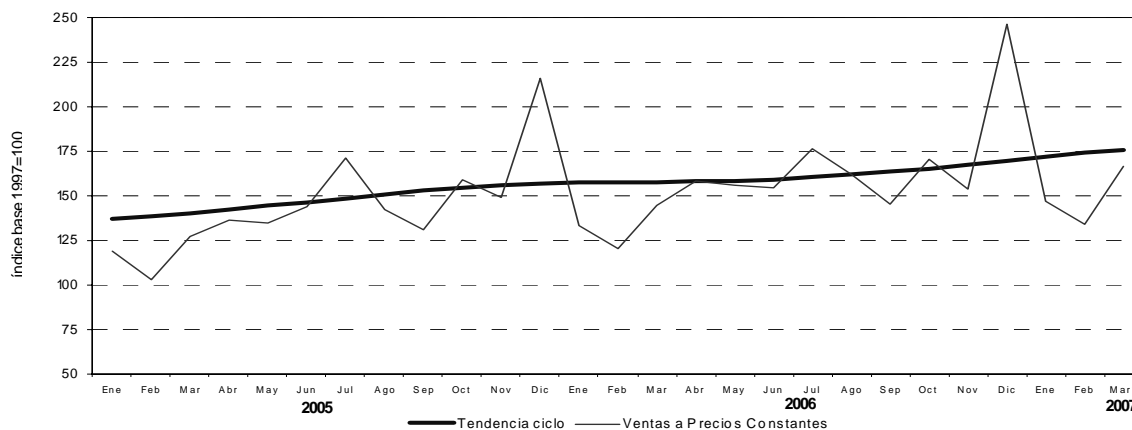
Las ventas desestacionalizadas a precios constantes aumentaron 1,1% con respecto a febrero de 2007. La evolución interanual registró una variación positiva de 14,3%.

La tendencia ciclo registró una suba de 1,1 % 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
2006 Mar	-1,5	0,0	17,8
2007 Feb	2,4	1,3	11,3
Mar*	1,1	1,1	14,3

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



- Ventas a precios corrientes con estacionalidad:

En marzo de 2007, las ventas a precios corrientes alcanzaron 440,3 millones de pesos, lo cual representa un incremento de 29,0% con respecto al mes anterior y un aumento de 28,9% con relación a marzo de 2006. La variación interanual de las ventas del primer trimestre del año 2007 fue de 26,2%.

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
2005	3.814,0	28,2	///	///
2006	4.752,2	24,6	///	///
2006 Mar	341,6	25,5	25,8	26,1
2007 Feb	341,3	-9,3	25,4	24,5
Mar*	440,3	29,0	28,9	26,2

SERIE DE VENTAS A PRECIOS CORRIENTES SIN DESESTACIONALIZAR

Análisis de los resultados de Febrero de 2007

En el mes de febrero de 2007, 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 \$ 341,3 millones. Esto representa una disminución de 9,3% respecto a enero y un incremento de 25,4% respecto a febrero de 2006. La variación interanual de las ventas del primer bimestre del año 2007 fue de 24,5.

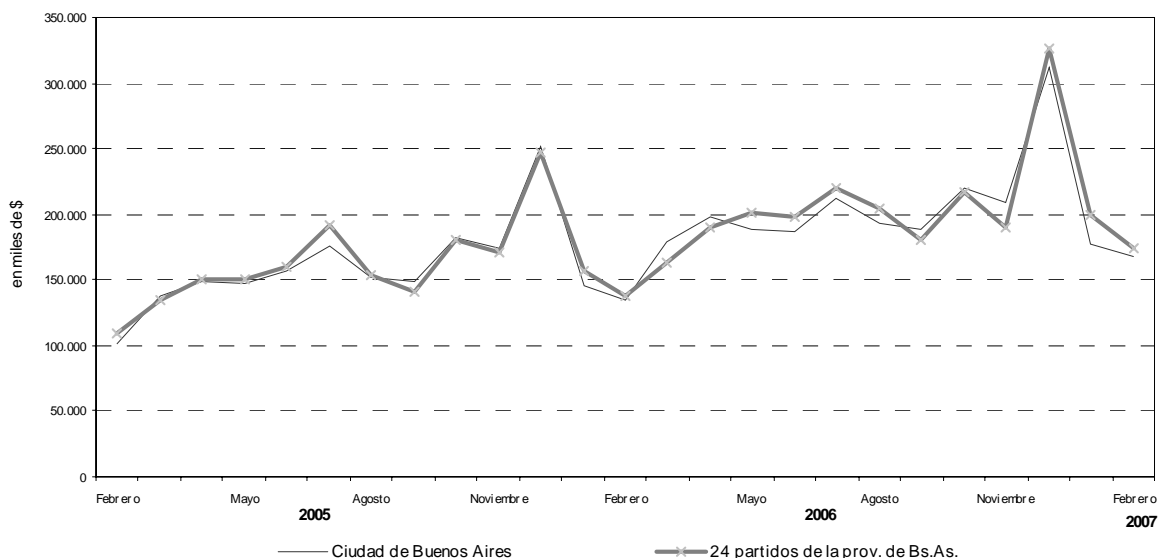
En la Ciudad de Buenos Aires, las ventas de febrero de 2007 respecto al mes anterior disminuyeron 5,2%, en tanto que para el mismo mes del año 2006 la variación positiva fue de 24,6%.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, las ventas de febrero de 2007 disminuyeron 12,9% respecto a enero, mientras que para igual mes del año anterior se observa una variación positiva de 26,2%.

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

Jurisdicción	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual		
	2006	2007		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.	272.197	376.134	341.296	-9,3	25,4	24,5
Ciudad de Buenos Aires	134.643	176.826	167.702	-5,2	24,6	22,6
24 partidos de la prov. de Bs.As.	137.554	199.308	173.594	-12,9	26,2	26,4

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 2007 con las de enero de 2007, se observan disminuciones en todos los rubros siendo las más significativas Juguetería (38,5%); Perfumería (15,4%); Electrónicos (12,1%); Indumentaria (10,9%); Librería (10,5%); Diversión (8,6%), el resto no supera el 5,0%.

Por otra parte, se registró una variación positiva en Amoblamientos de (7,4%).

Si se tiene en cuenta la variación interanual de febrero de 2007, se observan variaciones positivas en todos los rubros; habiéndose registrado la mayor suba en el rubro Electrónicos (39,7%) y Otros (39,5%).

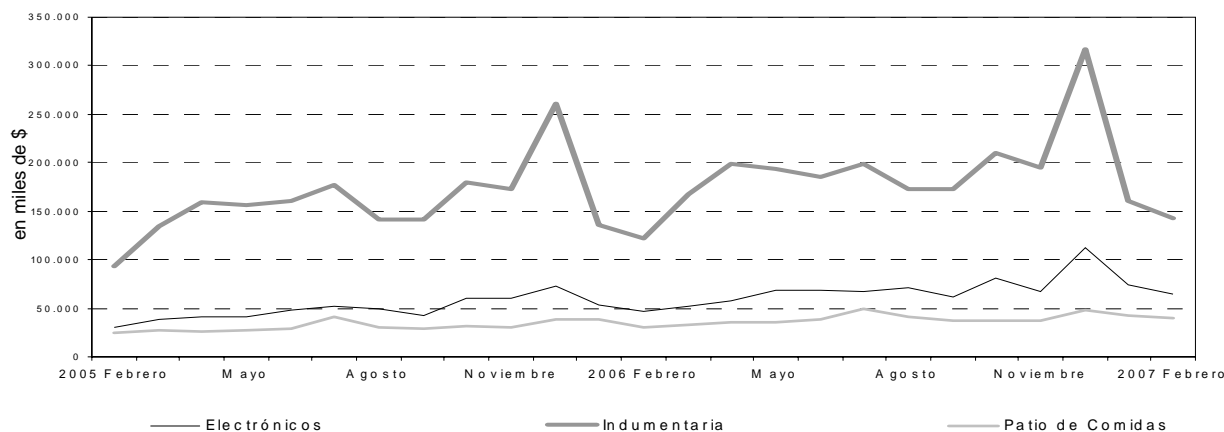
Cuadro 4. Evolución de las ventas a precios corrientes, por rubros, según jurisdicción. Variaciones porcentuales.

Grupos de artículos	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual		
	2006	2007		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.	272.197	376.134	341.296	-9,3	25,4	24,5
Indumentaria calzado y marroquinería	122.642	160.254	142.789	-10,9	16,4	17,2
Ropa y accesorios deportivos	17.988	24.248	23.795	-1,9	32,3	31,7
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	15.435	18.519	19.882	7,4	28,8	46,9
Patio de comidas, alimentos y kioscos	30.719	41.986	39.655	-5,6	29,1	18,0
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	46.407	73.703	64.813	-12,1	39,7	38,2
Juguetería	3.081	6.379	3.921	-38,5	27,3	18,5
Librería y Papelería	5.207	6.923	6.195	-10,5	19,0	20,0
Diversión y esparcimiento	10.337	13.828	12.637	-8,6	22,3	10,8
Perfumería y Farmacia	7.535	11.461	9.691	-15,4	28,6	36,9
Otros	12.846	18.833	17.918	-4,9	39,5	38,5
Ciudad de Buenos Aires	134.643	176.826	167.702	-5,2	24,6	22,6
Indumentaria calzado y marroquinería	70.583	90.200	83.838	-7,1	18,8	17,6
Ropa y accesorios deportivos	7.407	8.977	9.262	3,2	25,0	23,8
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	8.097	9.636	10.334	7,2	27,6	73,8
Patio de comidas, alimentos y kioscos	15.602	19.828	19.650	-0,9	25,9	10,6
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	13.838	22.157	20.740	-6,4	49,9	41,6
Juguetería	1.297	2.415	1.661	-31,2	28,1	0,0
Librería y Papelería	3.112	4.073	3.560	-12,6	14,4	16,7
Diversión y esparcimiento	3.247	4.937	4.414	-10,6	35,9	32,7
Perfumería y Farmacia	4.820	6.625	6.554	-1,1	36,0	34,4
Otros	6.640	7.978	7.689	-3,6	15,8	18,2
24 partidos de la prov. de Bs.As.	137.554	199.308	173.594	-12,9	26,2	26,4
Indumentaria calzado y marroquinería	52.059	70.054	58.951	-15,8	13,2	16,8
Ropa y accesorios deportivos	10.581	15.271	14.533	-4,8	37,3	37,0
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	7.338	8.883	9.548	7,5	30,1	25,8
Patio de comidas, alimentos y kioscos	15.117	22.158	20.005	-9,7	32,3	25,8
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	32.569	51.546	44.073	-14,5	35,3	36,7
Juguetería	1.784	3.964	2.260	-43,0	26,7	34,8
Librería y Papelería	2.095	2.850	2.635	-7,5	25,8	24,9
Diversión y esparcimiento	7.090	8.891	8.223	-7,5	16,0	1,6
Perfumería y Farmacia	2.715	4.836	3.137	-35,1	15,5	41,2
Otros	6.206	10.855	10.229	-5,8	64,8	58,8

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

Grupos de artículos	Composición porcentual de las ventas		
	2006	2007	
	Febrero	Enero	Febrero
Total del Gran Bs.As.Total del Gran Bs.As.	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	45,1	42,6	41,8
Ropa y accesorios deportivos	6,6	6,4	7,0
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	5,7	4,9	5,8
Patio de comidas, alimentos y kioscos	11,3	11,2	11,6
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	17,0	19,6	19,0
Juguetería	1,1	1,7	1,1
Librería y Papelería	1,9	1,8	1,8
Diversión y esparcimiento	3,8	3,7	3,7
Perfumería y Farmacia	2,8	3,0	2,8
Otros	4,7	5,0	5,2
Ciudad de Buenos Aires	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	52,4	51,0	50,0
Ropa y accesorios deportivos	5,5	5,1	5,5
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	6,0	5,4	6,2
Patio de comidas, alimentos y kioscos	11,6	11,2	11,7
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	10,3	12,5	12,4
Juguetería	1,0	1,4	1,0
Librería y Papelería	2,3	2,3	2,1
Diversión y esparcimiento	2,4	2,8	2,6
Perfumería y Farmacia	3,6	3,7	3,9
Otros	4,9	4,5	4,6
24 partidos de la prov. de Bs.As.	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	37,8	35,1	34,0
Ropa y accesorios deportivos	7,7	7,7	8,4
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	5,3	4,5	5,5
Patio de comidas, alimentos y kioscos	11,0	11,1	11,5
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	23,7	25,9	25,4
Juguetería	1,3	2,0	1,3
Librería y Papelería	1,5	1,4	1,5
Diversión y esparcimiento	5,2	4,5	4,7
Perfumería y Farmacia	2,0	2,4	1,8
Otros	4,5	5,4	5,9

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



En el mes de febrero de 2007, 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									
2006									
Febrero	29	10	19	14	5	9	15	5	10
2007									
Enero	30	10	20	15	5	10	15	5	10
Febrero	30	10	20	15	5	10	15	5	10

En estos Centros de compras, en el mes de febrero de 2007 se encuentran ubicados 2.461 locales, de los cuales el 91,4% están en actividad e informan ventas, mientras que el 2,1% corresponde al rubro Otros (estudios jurídicos, consultorios médicos, etc.) y el 6,4% permanece inactivo.

Una situación similar se observa al analizar el área bruta locativa. En efecto, de un total de 449,5 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 4,6% 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									
2006 Febrero	2.441	2.295	2.240	55	146	133	9	4	
2007 Enero	2.464	2.305	2.253	52	159	146	8	5	
Febrero	2.461	2.303	2.250	53	158	149	5	4	
Area Bruta Locativa									
2006 Febrero	441.165	420.397	408.445	11.952	20.768	18.795	1.596	377	
2007 Enero	449.586	428.535	416.330	12.205	21.051	19.347	1.053	651	
Febrero	449.481	428.696	416.451	12.245	20.785	20.078	330	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 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 (48,9%), Patio de comidas (15,9%), Otros (10,4%) y Amoblamientos (7,5%), mientras que el resto no supera el 5%.

En la Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria, (52,1%), Patio de comidas (15,0%), Otros (8,8%) y Amoblamientos (7,8%); el resto no supera el 5%.

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

La cantidad de locales activos en febrero de 2007 se incrementó respecto febrero de 2006 0,4%.

Cuadro 10. Cantidad de locales activos por rubro según jurisdicción

Grupos de artículos	Cantidad de locales activos		
	2006	2007	
	Febrero	Enero	Febrero
Total del Gran Bs.As.	2.240	2.253	2.250
Indumentaria calzado y marroquinería	1.113	1.110	1.101
Ropa y accesorios deportivos	97	102	103
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	159	161	168
Patio de comidas, alimentos y kioscos	350	358	357
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	70	70	71
Juguetería	39	34	34
Librería y Papelería	41	43	42
Diversión y esparcimiento	63	67	67
Perfumería y Farmacia	78	73	73
Otros	230	235	234
Ciudad de Buenos Aires	1.137	1.148	1.151
Indumentaria calzado y marroquinería	603	603	600
Ropa y accesorios deportivos	40	40	41
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	78	83	90
Patio de comidas, alimentos y kioscos	169	174	173
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	30	29	30
Juguetería	21	17	17
Librería y Papelería	21	23	22
Diversión y esparcimiento	26	28	28
Perfumería y Farmacia	52	49	49
Otros	97	102	101
24 partidos de la prov. de Bs.As.	1.103	1.105	1.099
Indumentaria calzado y marroquinería	510	507	501
Ropa y accesorios deportivos	57	62	62
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	81	78	78
Patio de comidas, alimentos y kioscos	181	184	184
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	40	41	41
Juguetería	18	17	17
Librería y Papelería	20	20	20
Diversión y esparcimiento	37	39	39
Perfumería y Farmacia	26	24	24
Otros	133	133	133

Teniendo en cuenta la composición por rubro del área bruta locativa total, se observa que la mayor participación corresponde al rubro Diversión (29,8%), seguido por Indumentaria (26,9%), Patio de comidas (11,7%), Amoblamientos (9,6%), Electrónicos (6,1%), Otros y Ropa deportiva (5,4%), mientras que el resto no supera el 5%.

En la Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (33,3%), Diversión (22,2%), Patio de comidas (13,0%), Amoblamientos (7,5%), Otros (6,6%) y Electrónicos

(5,6%), 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 (22,8%), Patio de comidas y Amoblamientos (10,8%), Electrónicos (6,5%) y Ropa deportiva (5,7%), en tanto que el resto no supera el 5%.

El área bruta locativa de febrero de 2007 con respecto a febrero 2006 se incrementó en un 2,0%.

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

Grupos de artículos	Metros cuadrados		
	2006	2007	
	Febrero	Enero	Febrero
Total del Gran Bs.As.	408.445	416.330	416.451
Indumentaria calzado y marroquinería	111.078	113.424	112.140
Ropa y accesorios deportivos	20.838	22.366	22.600
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	39.540	38.914	39.786
Patio de comidas, alimentos y kioscos	47.878	48.662	48.517
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	23.809	24.821	25.474
Juguetería	7.103	6.437	6.437
Librería y Papelería	7.076	7.498	7.414
Diversión y esparcimiento	119.904	123.983	123.983
Perfumería y Farmacia	7.886	7.664	7.664
Otros	23.333	22.561	22.436
Ciudad de Buenos Aires	156.410	163.200	163.978
Indumentaria calzado y marroquinería	52.834	55.412	54.674
Ropa y accesorios deportivos	7.545	7.948	8.182
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	12.033	11.450	12.322
Patio de comidas, alimentos y kioscos	20.762	21.400	21.366
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	8.230	8.506	9.159
Juguetería	2.397	1.833	1.833
Librería y Papelería	4.282	4.599	4.515
Diversión y esparcimiento	33.106	36.453	36.453
Perfumería y Farmacia	4.629	4.610	4.610
Otros	10.592	10.989	10.864
24 partidos de la prov. de Bs.As.	252.035	253.130	252.473
Indumentaria calzado y marroquinería	58.244	58.012	57.466
Ropa y accesorios deportivos	13.293	14.418	14.418
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	27.507	27.464	27.464
Patio de comidas, alimentos y kioscos	27.116	27.262	27.151
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	15.579	16.315	16.315
Juguetería	4.706	4.604	4.604
Librería y Papelería	2.794	2.899	2.899
Diversión y esparcimiento	86.798	87.530	87.530
Perfumería y Farmacia	3.257	3.054	3.054
Otros	12.741	11.572	11.572

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											
2006 Febrero	121,5	110,2	185,4	97,1	87,8	663,0	79,0	127,0	164,1	96,6	55,9
2007 Enero	166,9	144,4	237,7	115,0	117,3	1052,9	187,6	161,0	206,4	157,0	80,1
Febrero	151,7	129,7	231,0	118,3	111,1	912,9	115,3	147,5	188,6	132,8	76,6
Ciudad de Buenos Aires											
2006 Febrero	118,4	117,1	185,2	103,8	92,3	461,3	61,8	148,2	124,9	92,7	68,5
2007 Enero	154,0	149,6	224,4	116,1	114,0	764,0	142,1	177,1	176,3	135,2	78,2
Febrero	145,7	139,7	225,9	114,8	113,6	691,3	97,7	161,8	157,6	133,8	76,1
24 partidos de la provincia de Buenos Aires											
2006 Febrero	124,7	102,1	185,6	90,6	83,5	814,2	99,1	104,8	191,6	104,4	46,7
2007 Enero	180,4	138,2	246,3	113,9	120,4	1257,2	233,2	142,5	228,0	201,5	81,6
Febrero	158,0	117,7	234,4	122,4	108,7	1075,0	132,9	131,8	210,8	130,7	76,9

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											
2006 Febrero	666	1.104	863	390	642	1.949	434	736	86	955	551
2007 Enero	903	1.413	1.084	476	863	2.969	991	923	112	1.495	835
Febrero	820	1.273	1.053	500	817	2.544	609	836	102	1.264	799
Ciudad de Buenos Aires											
2006 Febrero	861	1.336	982	673	751	1.681	541	727	98	1.041	627
2007 Enero	1.083	1.628	1.129	842	927	2.605	1.318	866	135	1.437	726
Febrero	1.023	1.533	1.132	839	920	2.264	906	788	121	1.422	708
24 partidos de la provincia de Buenos Aires											
2006 Febrero	546	884	796	267	557	2.091	379	750	82	834	487
2007 Enero	787	1.208	1.059	323	813	3.159	861	983	102	1.583	988
Febrero	688	1.026	1.008	348	737	2.701	491	909	94	1.027	884

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	
2006 Febrero	148	806.066	5.446
2007 Enero	156	1.002.012	6.423
Febrero	152	1.090.362	7.173
Ciudad de Buenos Aires			
2006 Febrero	35	292.205	8.349
2007 Enero	43	399.229	9.288
Febrero	39	540.166	13.850
24 partidos de la provincia de Buenos Aires			
2006 Febrero	113	513.861	4.547
2007 Enero	113	602.614	5.333
Febrero	113	550.196	4.869

La concurrencia a las 152 salas cinematográficas en el mes de febrero de 2007 fue de 1.090.362 espectadores, en tanto que el promedio por sala fue de 7.173 personas.

En la Ciudad de Buenos Aires la cantidad de salas asciende a 39 y los espectadores alcanzaron a 540.166 con una cantidad promedio de 13.850 personas por sala.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, la cantidad de salas asciende a 113, los espectadores fueron 550.196 y el promedio de personas por sala fue de 4.869.

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	
2006 Febrero	1.280	742	538
2007 Enero	1.211	737	474
Febrero	1.212	741	471

El personal ocupado total en el mes de febrero de 2007 alcanzó a 1.212 personas. Si se compara con febrero de 2006, la ocupación disminuyó un 5,3%.

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 \$	
2006 Febrero	35.332	16.703	18.629
2007 Enero	47.290	29.372	17.918
Febrero	41.665	21.380	20.285

Los ingresos de las administraciones de los Centros de Compras alcanzaron a \$41,7 millones, correspondiendo \$21,4 millones de pesos a la Ciudad de Buenos Aires y \$20,3 millones a los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

Si se los compara con febrero de 2006, se observa una variación positiva de un 17,9%.

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

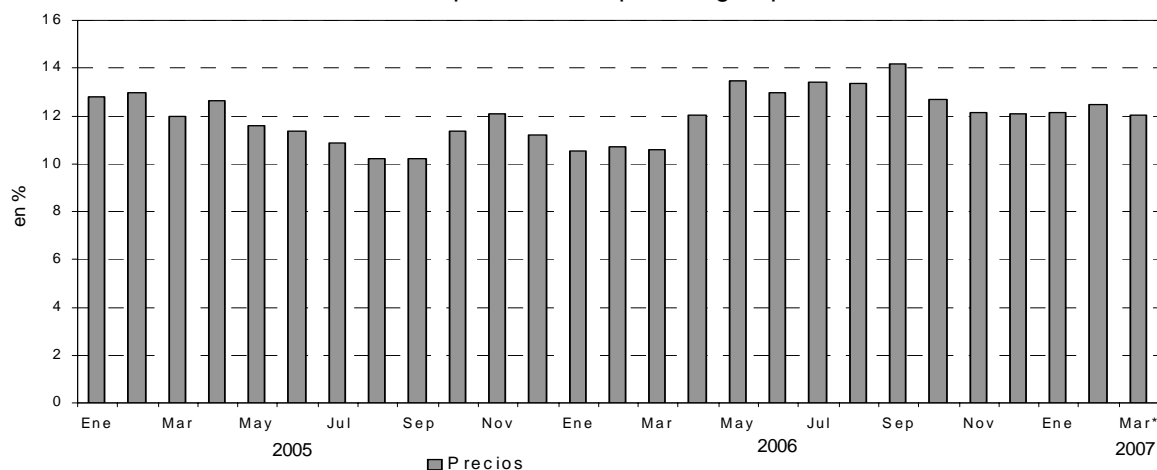
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	100,0	97,6	93,8	90,2	86,5	116,1	135,8	146,4	185,2	183,4	
Enero	100,9	98,5	95,3	91,9	86,8	87,1	127,4	135,6	152,9	169,0	189,5
Febrero	100,3	98,0	94,4	91,4	85,1	88,9	127,3	134,2	151,5	167,8	188,8
Marzo	100,7	98,7	94,8	91,5	86,3	94,1	132,8	141,5	158,4	175,2	196,2*
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	192,5	

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	2007
	-2,4	-3,9	-3,8	-4,1	34,2	17,0	7,8	11,5	12,4	
	en %									
Enero	-2,4	-3,2	-3,6	-5,5	0,3	46,3	6,4	12,8	10,5	12,1
Febrero	-2,3	-3,7	-3,2	-6,9	4,5	43,2	5,4	13,0	10,7	12,5
Marzo	-2,0	-4,0	-3,5	-5,7	9,0	41,1	6,6	11,9	10,6	12,0*
Abril	-2,3	-3,7	-3,9	-3,4	24,2	25,1	5,0	12,7	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	12,0	

La variación del Índice de Precios Implícitos de la Encuesta de Centros de Compras surge de ponderar la variación de los precios relevados en el Índice de Precios al Consumidor, por el peso de los diferentes productos que integran los distintos rubros, relevados en el período base

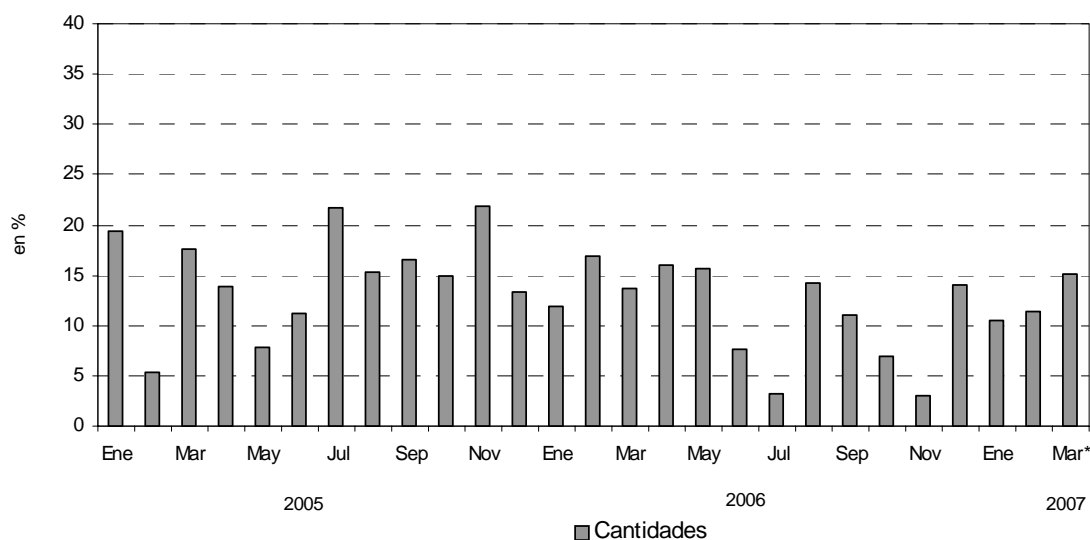
Gráfico 4. Precios, variación porcentual respecto a igual período del año anterior



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 Cíclo		
	Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales mensual	
		mensual	interanual		mensual	interanual		mensual	interanual			
2003	Mar	124,4	34,9	44,5	93,7	29,2	2,3	96,0	1,4	8,7	95,1	1,1
	Abr	124,2	-0,2	55,2	90,5	-3,4	24,1	93,8	-2,3	16,3	96,3	1,3
	May	128,5	3,5	46,4	93,3	3,1	22,1	95,4	1,6	17,6	97,9	1,6
	Jun	136,1	5,9	27,5	98,9	6,0	10,3	96,2	0,9	14,6	99,7	1,9
	Jul	151,6	11,4	35,4	112,9	14,2	20,9	103,7	7,7	23,1	101,8	2,1
	Ago	147,7	-2,5	40,1	109,8	-2,7	27,2	107,0	3,3	22,0	104,1	2,3
	Sep	124,8	-15,5	29,1	91,1	-17,0	18,9	108,2	1,0	23,3	106,6	2,4
	Oct	152,4	22,0	31,2	109,5	20,2	22,3	109,6	1,3	19,8	109,3	2,5
	Nov	150,6	-1,1	35,0	108,6	-0,8	26,6	112,8	2,9	22,2	112,0	2,5
	Dic	225,8	49,9	34,4	161,9	49,1	26,0	114,3	1,4	25,4	114,8	2,5
	Ene	135,3	-40,1	43,3	99,8	-38,4	34,5	116,6	2,0	28,2	117,6	2,5
	Feb	131,1	-3,1	42,1	97,8	-2,0	34,9	117,3	0,7	24,0	120,3	2,3
2004	Mar	153,2	16,8	23,1	108,2	10,6	15,5	116,4	-0,8	21,2	122,8	2,1
	Abr	173,0	13,0	39,3	120,1	11,0	32,7	125,7	8,0	34,0	124,9	1,7
	May	183,1	5,9	42,5	125,2	4,2	34,2	128,6	2,3	34,9	126,6	1,3
	Jun	190,3	3,9	39,8	129,6	3,5	31,0	129,5	0,7	34,6	127,9	1,0
	Jul	202,9	6,6	33,8	140,7	8,6	24,6	127,2	-1,8	22,7	128,9	0,8
	Ago	179,2	-11,7	21,3	123,3	-12,4	12,3	126,2	-0,8	17,9	129,9	0,8
	Sep	168,0	-6,3	34,6	112,3	-8,9	23,3	131,4	4,1	21,5	130,9	0,8
	Oct	210,3	25,2	38,0	138,5	23,3	26,5	130,8	-0,5	19,4	132,1	0,9
	Nov	187,5	-10,8	24,5	122,7	-11,4	13,0	134,6	2,9	19,2	133,6	1,1
	Dic	294,2	56,9	30,3	190,4	55,2	17,6	138,6	2,9	21,2	135,1	1,2
	Ene	182,4	-38,0	34,7	119,2	-37,4	19,4	139,0	0,3	15,1	136,8	1,3
	Feb	156,0	-14,4	19,0	103,0	-13,6	5,3	135,1	-2,8	13,7	140,4	1,3
2005	Mar	201,5	29,1	31,6	127,2	23,5	17,6	132,3	-2,1	13,7	140,4	1,3
	Abr	221,8	10,1	28,2	136,7	7,5	13,8	144,3	9,1	14,8	142,4	1,4
	May	220,3	-0,7	20,3	135,0	-1,2	7,8	143,0	-0,9	11,2	144,4	1,4
	Jun	235,5	6,9	23,7	144,0	6,7	11,1	145,9	2,0	12,6	146,5	1,5
	Jul	273,7	16,2	34,9	171,1	18,8	21,6	149,0	2,2	17,2	148,7	1,5
	Ago	227,5	-16,9	26,9	142,1	-16,9	15,2	148,6	-0,3	17,8	150,9	1,5
	Sep	215,9	-5,1	28,5	130,9	-7,9	16,6	153,1	3,0	16,5	152,9	1,4
	Oct	269,0	24,6	27,9	159,1	21,5	14,9	152,9	-0,1	16,9	154,7	1,2
	Nov	256,0	-4,8	36,5	149,5	-6,0	21,8	159,6	4,4	18,6	156,1	0,9
	Dic	370,5	44,7	25,9	215,7	44,3	13,3	157,2	-1,5	13,4	157,0	0,6
	Ene	225,5	-39,1	23,6	133,4	-38,2	11,9	159,8	1,7	15,0	157,6	0,4
	Feb	202,0	-10,4	29,5	120,4	-9,7	16,9	158,2	-1,5	17,1	157,8	0,1
2006	Mar	253,4	25,5	25,8	144,7	20,2	13,8	155,2	-1,5	17,8	157,9	0,0
	Abr	288,3	13,7	30,0	158,5	9,5	15,9	156,1	0,2	8,2	158,1	0,1
	May	289,1	0,3	31,2	156,1	-1,5	15,6	161,4	3,4	12,9	158,5	0,3
	Jun	286,1	-1,0	21,5	154,9	-0,8	7,6	157,8	-2,2	8,2	159,3	0,5
	Jul	320,4	12,0	17,1	176,7	14,1	3,3	157,5	-0,2	5,7	160,4	0,7
	Ago	294,4	-8,1	29,4	162,3	-8,1	14,2	171,0	8,6	15,1	161,8	0,9
	Sep	273,6	-7,1	26,8	145,3	-10,5	11,0	163,7	-4,3	6,9	163,4	1,0
	Oct	324,1	18,4	20,5	170,1	17,1	6,9	168,1	2,7	9,9	165,2	1,1
	Nov	295,7	-8,8	15,5	154,0	-9,5	3,0	165,3	-1,7	3,6	167,3	1,2
	Dic	473,7	60,2	27,9	246,1	59,8	14,1	165,2	-0,1	5,1	169,4	1,3
	Ene	279,1	-41,1	23,8	147,3	-40,1	10,4	171,9	4,1	7,6	171,7	1,3
	Feb	253,2	-9,3	25,4	134,2	-8,9	11,5	176,1	2,4	11,3	173,9	1,3
Mar*	326,7	29,0	28,9	166,5	24,1	15,1	178,0	1,1	14,3	175,8	1,1	

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.