



Buenos Aires, 29 de abril de 2009

Encuesta de Centros de Compras

Marzo de 2009

En el mes de marzo de 2009, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 32 centros de compras. De ellos, 17 se encuentran ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y los 15 restantes, en el conurbano bonaerense.

Ventas a precios corrientes con estacionalidad:

La variación interanual de las ventas del primer trimestre de 2009, registró un aumento de 1,5% respecto a igual período del año anterior.

Las ventas a precios corrientes en marzo de 2009 alcanzaron los 549,4 millones de pesos, lo que significa un incremento de 16,4% con respecto a febrero de 2009 y una disminución de 5,3% en relación a igual mes del año anterior.

Cuadro 2. Evolución de las ventas a precios corrientes, variaciones porcentuales

Período	Ventas a precios corrientes	Período anterior	Variación porcentual	
			Igual período año anterior	Del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período año anterior
2007	6.089,5	28,1	///	///
2008	7.436,1	22,1	///	///
2008 Mar	580,4	29,0	30,8	30,6
2009 Feb	472,0	-9,1	4,9	5,8
2009 Mar*	549,4	16,4	-5,3	1,5

Ventas a precios constantes desestacionalizadas:

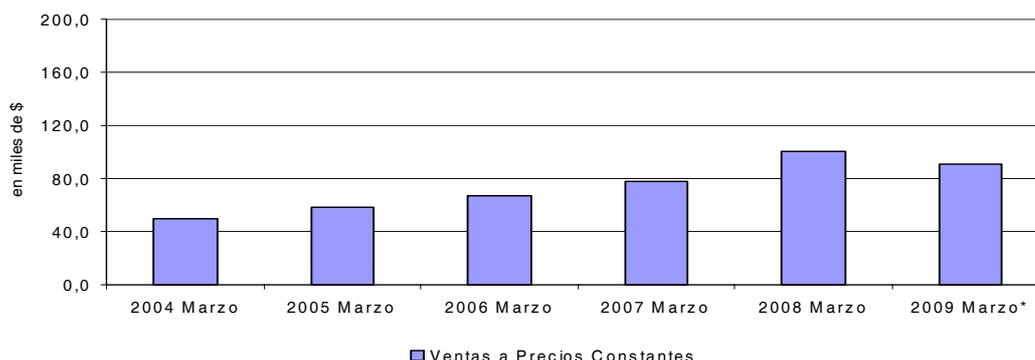
En el mes de marzo de 2009, las ventas desestacionalizadas a precios constantes disminuyeron 4,6% en relación a igual mes del año 2008 y 4,1% respecto a febrero de 2009.

Asimismo, la tendencia ciclo de la serie disminuyó 1%.

Cuadro 1. Ventas a precios constantes

Período	Variación porcentual		
	Período anterior		Igual período año anterior
	Desestacionalizada	Tendencia ciclo	Desestacionalizada
2008 Mar	6,3	1,8	22,9
2009 Feb	3,7	-1,0	5,7
2009 Mar*	-4,1	-1,0	-4,6

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



Serie de ventas a precios corrientes sin desestacionalizar
Análisis de los resultados de febrero de 2009

En el mes de febrero de 2009, las ventas totales de los 32 centros de compras ubicados en Ciudad de Buenos Aires y en 24 partidos de la provincia de Buenos Aires sumaron \$ 472 millones. Esto representa un incremento de 4,9% respecto al mismo mes del año anterior.

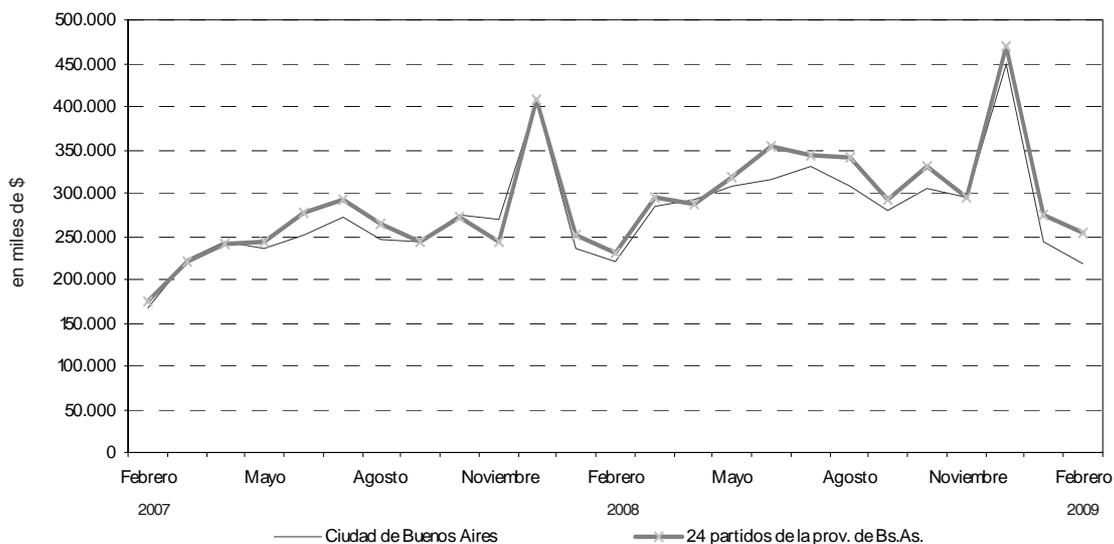
En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, las ventas del mes de febrero de 2009 aumentaron 10,5% respecto a igual mes de 2008.

En Ciudad de Buenos Aires, las ventas del mes de febrero de 2009 disminuyeron 1% respecto a igual mes del año 2008.

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

Jurisdicción	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual		
	2008		2009	Período anterior	Igual período año anterior	Del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período año anterior
	Febrero	Enero	Febrero			
Total del Gran Bs.As.	449.936	519.045	471.950	-9,1	4,9	5,8
Ciudad de Buenos Aires	220.012	244.604	217.988	-10,9	-0,9	1,5
24 partidos de la prov. de Bs.As.	229.924	274.441	253.962	-7,5	10,5	9,9

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



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 2009 con las del mismo mes del año anterior, se observa que los rubros que registraron un incremento más significativo fueron Otros (30,5%), Diversión y esparcimiento (13,3%), Librería y papelería (12,2%) e Indumentaria (11,1%).

En Ciudad de Buenos Aires, los rubros que registran las variaciones más altas respecto a igual período del año anterior son Diversión y esparcimiento (8%) y Perfumería y Farmacia (6,8%).

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, la mayor variación respecto de febrero de 2008 corresponde a Otros (67,3%), Librería y papelería (30,4%) e Indumentaria (25,4%).

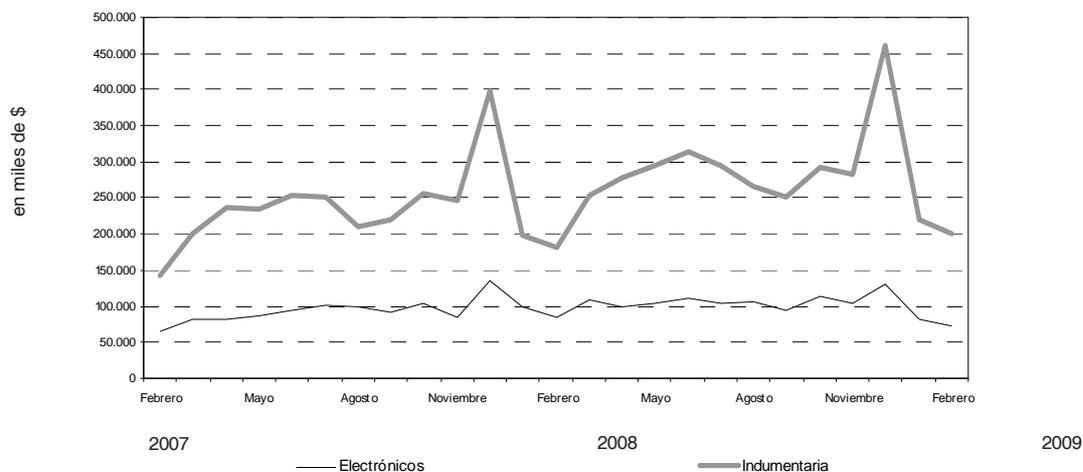
Cuadro 4. Evolución de las ventas a precios corrientes, por rubros, según jurisdicción. Variaciones porcentuales

Grupos de artículos	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual		
	2008	2009		Período anterior	Igual período año anterior	Del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período año anterior
	Febrero	Enero	Febrero			
Total del Gran Bs.As.	449.936	519.045	471.950	-9,1	4,9	5,8
Indumentaria calzado y marroquinería	181.105	219.572	201.225	-8,4	11,1	10,6
Ropa y accesorios deportivos	33.558	36.750	34.306	-6,7	2,2	10,0
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	25.855	23.881	24.129	1,0	-6,7	-3,2
Patio de comidas, alimentos y kioscos	59.149	65.851	62.922	-4,4	6,4	7,6
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	85.244	83.000	73.429	-11,5	-13,9	-15,6
Juguetería	4.919	9.986	4.689	-53,0	-4,7	19,7
Librería y papelería	7.606	9.595	8.534	-11,1	12,2	13,3
Diversión y esparcimiento	19.157	23.669	21.709	-8,3	13,3	14,5
Perfumería y Farmacia	13.453	18.614	15.051	-19,1	11,9	20,3
Otros	19.890	28.127	25.956	-7,7	30,5	30,8
Ciudad de Buenos Aires	220.012	244.604	217.988	-10,9	-0,9	1,5
Indumentaria calzado y marroquinería	105.478	122.143	106.375	-12,9	0,9	3,6
Ropa y accesorios deportivos	13.037	14.698	13.203	-10,2	1,3	9,3
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	12.573	11.139	11.306	1,5	-10,1	-9,4
Patio de comidas, alimentos y kioscos	30.184	33.292	31.828	-4,4	5,4	5,5
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	26.340	24.701	22.666	-8,2	-13,9	-16,0
Juguetería	1.946	3.803	1.967	-48,3	1,1	19,6
Librería y papelería	4.657	5.451	4.688	-14,0	0,7	2,5
Diversión y esparcimiento	7.069	7.783	7.633	-1,9	8,0	8,3
Perfumería y Farmacia	9.411	12.745	10.054	-21,1	6,8	19,1
Otros	9.317	8.849	8.268	-6,6	-11,3	-9,3
24 partidos de la prov. de Bs.As.	229.924	274.441	253.962	-7,5	10,5	9,9
Indumentaria calzado y marroquinería	75.627	97.429	94.850	-2,6	25,4	20,3
Ropa y accesorios deportivos	20.521	22.052	21.103	-4,3	2,8	10,5
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	13.282	12.742	12.823	0,6	-3,5	2,9
Patio de comidas, alimentos y kioscos	28.965	32.559	31.094	-4,5	7,4	9,8
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	58.904	58.299	50.763	-12,9	-13,8	-15,4
Juguetería	2.973	6.183	2.722	-56,0	-8,4	19,9
Librería y papelería	2.949	4.144	3.846	-7,2	30,4	30,7
Diversión y esparcimiento	12.088	15.886	14.076	-11,4	16,4	18,0
Perfumería y Farmacia	4.042	5.869	4.997	-14,9	23,6	23,0
Otros	10.573	19.278	17.688	-8,2	67,3	64,4

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

Grupos de artículos	Composición porcentual de las ventas		
	2008	2009	
	Febrero	Enero	Febrero
Total del Gran Bs.As.	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	40,3	42,3	42,6
Ropa y accesorios deportivos	7,5	7,1	7,3
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	5,7	4,6	5,1
Patio de comidas, alimentos y kioscos	13,1	12,7	13,3
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	18,9	16,0	15,6
Juguetería	1,1	1,9	1,0
Librería y papelería	1,7	1,8	1,8
Diversión y esparcimiento	4,3	4,6	4,6
Perfumería y farmacia	3,0	3,6	3,2
Otros	4,4	5,4	5,5
Ciudad de Buenos Aires	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	47,9	49,9	48,8
Ropa y accesorios deportivos	5,9	6,0	6,1
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	5,7	4,6	5,2
Patio de comidas, alimentos y kioscos	13,7	13,6	14,6
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	12,0	10,1	10,4
Juguetería	0,9	1,6	0,9
Librería y papelería	2,1	2,2	2,2
Diversión y esparcimiento	3,2	3,2	3,5
Perfumería y farmacia	4,3	5,2	4,6
Otros	4,2	3,6	3,8
24 partidos de la prov. de Bs.As.	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	32,9	35,5	37,3
Ropa y accesorios deportivos	8,9	8,0	8,3
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	5,8	4,6	5,0
Patio de comidas, alimentos y kioscos	12,6	11,9	12,2
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	25,6	21,2	20,0
Juguetería	1,3	2,3	1,1
Librería y papelería	1,3	1,5	1,5
Diversión y esparcimiento	5,3	5,8	5,5
Perfumería y farmacia	1,8	2,1	2,0
Otros	4,6	7,0	7,0

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



Cuadro 6. Evolución de los índices de precios implícitos de la Encuesta de Centros de compras, índice base abril 2008=100

	2006	2007	2008	2009
	92,2	99,0	101,5	
Enero	85,4	95,6	100,0	104,0
Febrero	84,7	95,1	99,2	104,0
Marzo	88,5	98,3	99,5	104,2*
Abril	92,0	100,6	100,0	
Mayo	93,8	101,3	100,4	
Junio	93,4	101,5	101,7	
Julio	91,6	99,2	102,3	
Agosto	91,6	97,7	101,8	
Septiembre	95,0	98,6	102,3	
Octubre	96,3	98,8	103,1	
Noviembre	97,0	100,6	103,6	
Diciembre	97,4	101,1	104,4	

Cuadro 7. Variaciones interanuales de los índices de precios implícitos de la Encuesta de Centros de compras

	2006	2007	2008	2009
	12,2	7,5	2,9	
		%		
Enero	10,5	11,9	4,6	4,0
Febrero	10,8	12,2	4,4	4,8
Marzo	10,6	11,0	1,2	4,7*
Abril	11,9	9,3	-0,6	
Mayo	13,4	8,1	-0,9	
Junio	12,8	8,7	0,2	
Julio	13,2	8,3	3,1	
Agosto	13,1	6,6	4,2	
Septiembre	14,0	3,8	3,8	
Octubre	12,5	2,6	4,4	
Noviembre	11,9	3,7	3,0	
Diciembre	11,9	3,8	3,3	

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.

Cuadro 8. Ventas de Centros de Compras. Series a precios corrientes, a precios constantes, desestacionalizada a precios constantes y tendencia y sus variaciones, índices base abril 2008=100

Período	Precios Corrientes				Precios Constantes				Desestacionalizada Precios Constantes				Tendencia Ciclo		
	Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Mensual	Interanual	Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Mensual	Interanual	Serie	Variaciones porcentuales	
		Mensual	Interanual					Mensual	Interanual					Mensual	Interanual
2006	Mar	58,9	25,5	25,8	66,5	20,0	13,7	73,0	0,3	15,2	72,7	0,0	0,0		
	Abr	67,0	13,7	30,0	72,8	9,5	16,1	72,1	-1,3	10,7	72,6	0,0	0,0		
	May	67,2	0,3	31,2	71,7	-1,5	15,8	74,2	3,0	14,1	72,7	0,1	0,1		
	Jun	66,5	-1,0	21,5	71,2	-0,7	7,6	70,9	-4,5	7,7	72,9	0,3	0,3		
	Jul	74,5	12,0	17,1	81,3	14,2	3,4	71,9	1,4	5,0	73,3	0,5	0,5		
	Ago	68,4	-8,1	29,4	74,7	-8,1	14,4	77,4	7,6	14,9	73,9	0,8	0,8		
	Sep	63,6	-7,1	26,8	67,0	-10,3	11,1	74,6	-3,6	7,2	74,7	1,1	1,1		
	Oct	75,3	18,4	20,5	78,3	16,9	7,1	76,6	2,6	9,9	75,8	1,4	1,4		
	Nov	68,7	-8,8	15,5	70,9	-9,5	3,4	77,1	0,7	4,0	77,0	1,6	1,6		
	Dic	110,1	60,2	27,8	113,1	59,5	14,2	77,2	0,2	7,4	78,3	1,8	1,8		
	2007	Ene	64,9	-41,1	23,8	67,9	-40,0	10,6	80,0	3,6	9,2	79,8	1,8	1,8	
		Feb	58,9	-9,2	25,5	62,0	-8,7	11,9	81,6	2,0	12,1	81,3	1,9	1,9	
Mar		76,6	29,9	29,9	77,9	25,6	17,1	84,3	3,3	15,4	82,8	1,9	1,9		
Abr		83,8	9,5	25,1	83,3	6,9	14,4	84,5	0,3	17,3	84,4	1,9	1,9		
May		82,9	-1,1	23,3	81,8	-1,8	14,1	84,5	0,0	13,9	86,0	1,9	1,9		
Jun		91,3	10,1	37,2	89,9	9,9	26,3	86,7	2,5	22,3	87,6	1,9	1,9		
Jul		97,3	6,6	30,7	98,1	9,1	20,7	89,5	3,2	24,4	89,3	1,9	1,9		
Ago		87,9	-9,7	28,4	89,9	-8,4	20,3	91,8	2,6	18,6	91,0	1,9	1,9		
Sep		84,1	-4,3	32,2	85,3	-5,1	27,3	92,7	1,0	24,3	92,7	1,9	1,9		
Oct		94,2	12,1	25,1	95,4	11,8	21,8	94,9	2,4	24,0	94,4	1,8	1,8		
Nov		88,6	-6,0	28,9	88,1	-7,7	24,3	96,2	1,4	24,8	96,2	1,9	1,9		
Dic		140,0	58,0	27,1	138,5	57,2	22,5	95,8	-0,5	24,0	98,1	1,9	1,9		
2008	Ene	84,0	-40,0	29,4	84,0	-39,4	23,7	99,6	4,0	24,4	100,0	2,0	2,0		
	Feb	77,6	-7,6	31,7	78,2	-6,9	26,1	97,5	-2,0	19,5	102,0	2,0	2,0		
	Mar	29,0	29,0	30,8	100,6	28,6	29,1	103,6	6,3	22,9	103,9	1,8	1,8		
	Abr	100,0	-0,1	19,3	100,0	-0,6	20,0	106,3	2,6	25,7	105,4	1,5	1,5		
	May	107,9	7,9	30,2	107,5	7,5	31,4	107,7	1,3	27,4	106,5	1,0	1,0		
	Jun	115,7	7,2	26,8	113,8	5,9	26,6	110,1	2,2	27,0	107,0	0,5	0,5		
	Jul	116,4	0,6	19,6	113,8	0,0	16,0	106,4	-3,3	18,9	107,0	0,0	0,0		
	Ago	111,8	-4,0	27,2	109,9	-3,4	22,2	106,3	-0,1	15,9	106,6	-0,4	-0,4		
	Sep	98,8	-11,6	17,5	96,5	-12,2	13,1	110,8	4,2	19,5	106,0	-0,6	-0,6		
	Oct	109,8	11,1	16,5	106,5	10,4	11,6	105,1	-5,2	10,7	105,2	-0,7	-0,7		
	Nov	102,0	-7,2	15,1	98,4	-7,6	11,7	102,6	-2,4	6,6	104,4	-0,8	-0,8		
	Dic	158,6	55,6	13,3	152,0	54,5	9,7	110,0	7,3	14,8	103,5	-0,9	-0,9		
2009	Ene	89,5	-43,6	6,6	86,1	-43,4	2,5	99,4	-9,6	-0,2	102,4	-1,0	-1,0		
	Feb	81,4	-9,1	4,9	78,3	-9,1	0,1	103,1	3,7	5,7	101,4	-1,0	-1,0		
	Mar*	94,8	16,4	-5,3	91,0	16,2	-9,5	98,8	-4,1	-4,6	100,4	-1,0	-1,0		

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

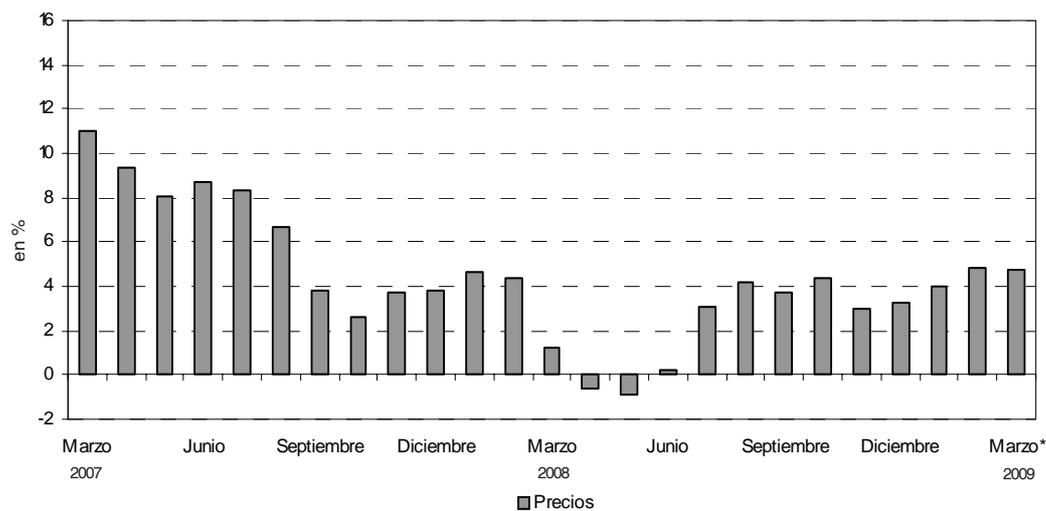
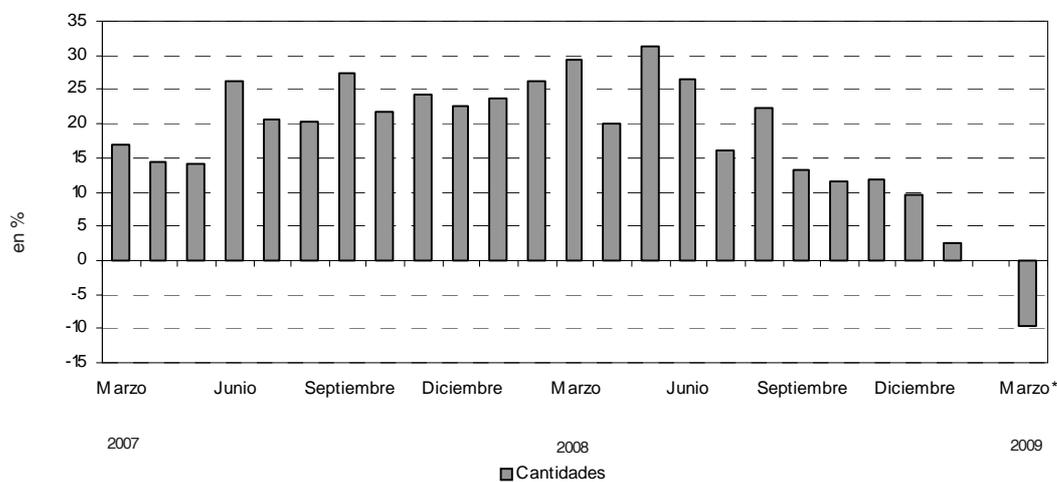


Gráfico 5. Cantidades, variación porcentual respecto a igual período del año anterior



En el mes de febrero de 2009, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 32 centros de compras. De ellos, 17 se encuentran ubicados en Ciudad de Buenos Aires y los 15 restantes, en 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

En Ciudad de Buenos Aires, 12 de los 17 centros de compras tienen menos de 100 locales y los 5 restantes, más de 100 locales.

En 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 9. Cantidad de Centros de Compras por jurisdicción y tamaño

Período	Total	Cantidad de locales		Total	Ciudad de Buenos Aires		Total	24 partidos de la provincia de Buenos Aires	
		Más de 100	Hasta 100		Más de 100	Hasta 100		Más de 100	Hasta 100
2008 Febrero	32	10	22	17	5	12	15	5	10
2009 Enero	32	10	22	17	5	12	15	5	10
Febrero	32	10	22	17	5	12	15	5	10

En estos centros de compras, en el mes de febrero de 2009 se encuentran ubicados 2.531 locales, de los cuales el 89,5% está en actividad e informa ventas, mientras que el 2,8% corresponde al rubro Otros (estudios jurídicos, consultorios médicos, etc.) y el 7,7% permanece inactivo ya sea porque está disponible para alquilar o porque se está reformando.

Una situación similar se observa al analizar el área bruta locativa. En efecto, de un total de 448,9 miles de m², está en condición de activo con volumen de ventas disponible el 90,4%, el 2,9% corresponde al rubro Otros en tanto que el 6,7% está inactivo especialmente por reformas o por destinarse a alquiler.

Cuadro 10. 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	Disponibles para alquilar	En reforma	Otros motivos
Locales								
2008 Febrero	2.573	2.418	2.354	64	155	128	17	10
2009 Enero	2.530	2.334	2.264	70	196	151	31	14
Febrero	2.531	2.335	2.265	70	196	153	29	14
Area Bruta Locativa								
2008 Febrero	462.295	436.414	424.173	12.241	25.881	22.946	1.655	1.280
2009 Enero	448.913	418.960	405.898	13.062	29.953	24.419	4.040	1.494
Febrero	448.921	418.817	405.755	13.062	30.104	25.041	3.569	1.494

Teniendo en cuenta que el grueso de la ocupación que generan los Centros de Compras corresponde a locales comerciales y actividades tercerizadas, se realizó en julio de 2008 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 (85,8%), administrativos (4,2%), tareas de vigilancia (4,7%), tareas de limpieza (4,7%) y otras tareas (0,5%).

Cuadro 11. Cantidad de ocupados en los Centros de Compras. Julio 2008.

Locales activos	Total	Administrativos	Locales comerciales	Vigilancia	Limpieza	Otros
Total	20.807	880	17.859	978	983	107
Ciudad de Buenos Aires	9.654	566	7.957	488	572	71
24 partidos de la prov. de Buenos Aires	11.153	314	9.902	490	411	36

En términos de cantidad total de locales, los rubros que tienen la mayor participación son Indumentaria (50,7%), Patio de comidas (15,9%), Otros (9,8%) y Amoblamientos (7,2%), mientras que el resto no supera el 5%.

En la Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (53,2%), Patio de comidas (15,5%), Otros (8,1%) y Amoblamientos (7,6%); el resto no supera el 5%.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (48,2%), Patio de comidas (16,3%), Otros (11,5%), Amoblamientos (6,7%) y Ropa deportiva (5,4%); el resto no supera el 5%.

La cantidad de locales activos en febrero de 2009 disminuyó con respecto a enero de 2008 un 3,8%.

Cuadro 12. Cantidad de locales activos por rubro según jurisdicción

Grupos de artículos	Cantidad de locales activos		
	2008	2009	
	Febrero	Enero	Febrero
Total del Gran Bs.As.	2.354	2.264	2.265
Indumentaria calzado y marroquinería	1.142	1.153	1.149
Ropa y accesorios deportivos	103	102	103
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	219	162	162
Patio de comidas, alimentos y kioscos	378	359	360
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	80	75	75
Juguetería	38	37	37
Librería y papelería	40	35	36
Diversión y esparcimiento	51	43	43
Perfumería y farmacia	74	78	78
Otros	229	220	222
Ciudad de Buenos Aires	1.181	1.145	1.144
Indumentaria calzado y marroquinería	617	611	609
Ropa y accesorios deportivos	42	42	42
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	90	87	87
Patio de comidas, alimentos y kioscos	189	177	177
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	34	29	29
Juguetería	18	18	18
Librería y Papelería	22	20	21
Diversión y esparcimiento	22	21	21
Perfumería y Farmacia	49	47	47
Otros	98	93	93
24 partidos de la prov. de Bs.As.	1.173	1.119	1.121
Indumentaria calzado y marroquinería	525	542	540
Ropa y accesorios deportivos	61	60	61
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	129	75	75
Patio de comidas, alimentos y kioscos	189	182	183
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	46	46	46
Juguetería	20	19	19
Librería y papelería	18	15	15
Diversión y esparcimiento	29	22	22
Perfumería y farmacia	25	31	31
Otros	131	127	129

Teniendo en cuenta la composición por rubro del área bruta locativa total, se observa que la mayor participación corresponde al rubro Indumentaria (31,9%), seguido por Diversión (19,6%), Patio de comidas (13,2%), Otros (12,5%) y Ropa deportiva (5,6%), mientras que el resto no supera el 5%.

En Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (35,8%), Diversión (19,7%), Patio de comidas (13,8%), Amoblamientos (6,6%), Otros (6,4%) y Ropa deportiva (5,2%), mientras que el resto no supera el 5%.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (29,3%), Diversión (19,5%), Otros (16,8%), Patio de comidas (12,8%), y Ropa deportiva (5,9%) en tanto que el resto no supera el 5%.

El área bruta locativa de febrero de 2009 con respecto a febrero 2008 disminuyó 4,3%.

Cuadro 13. Area bruta locativa de los locales activos, por rubro, según jurisdicción

Grupos de artículos	Metros cuadrados		
	2008	2009	
	Febrero	Enero	Febrero
Total del Gran Bs.As.	424.173	405.898	405.755
Indumentaria calzado y marroquinería	118.697	129.821	129.582
Ropa y accesorios deportivos	24.177	22.734	22.799
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	42.009	20.265	20.265
Patio de comidas, alimentos y kioscos	59.423	53.585	53.656
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	27.250	26.424	26.354
Juguetería	6.935	6.293	6.293
Librería y papelería	7.542	7.081	7.237
Diversión y esparcimiento	101.331	79.498	79.498
Perfumería y farmacia	8.419	9.184	9.184
Otros	28.390	51.013	50.887
Ciudad de Buenos Aires	171.059	166.016	166.137
Indumentaria calzado y marroquinería	57.654	59.401	59.436
Ropa y accesorios deportivos	8.715	8.677	8.677
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	11.242	10.887	10.887
Patio de comidas, alimentos y kioscos	25.017	22.885	22.885
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	10.046	9.158	9.088
Juguetería	1.990	1.875	1.875
Librería y papelería	4.747	4.319	4.475
Diversión y esparcimiento	35.366	32.768	32.768
Perfumería y farmacia	5.322	5.372	5.372
Otros	10.960	10.674	10.674
24 partidos de la prov. de Bs.As.	253.114	239.882	239.618
Indumentaria calzado y marroquinería	61.043	70.420	70.146
Ropa y accesorios deportivos	15.462	14.057	14.122
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	30.767	9.378	9.378
Patio de comidas, alimentos y kioscos	34.406	30.700	30.771
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	17.204	17.266	17.266
Juguetería	4.945	4.418	4.418
Librería y papelería	2.795	2.762	2.762
Diversión y esparcimiento	65.965	46.730	46.730
Perfumería y farmacia	3.097	3.812	3.812
Otros	17.430	40.339	40.213

Cuadro 14. 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 comodidades y kioscos	Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	Juguetería	Librería y papelería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
en miles de \$											
Total del Gran Buenos Aires											
2008 Febrero	191,1	158,6	325,8	118,1	156,5	1065,6	129,4	190,2	375,6	181,8	86,9
2009 Enero	229,3	190,4	360,3	147,4	183,4	1106,7	269,9	274,1	550,4	238,6	127,9
Febrero	208,4	175,1	333,1	148,9	174,8	979,1	126,7	237,1	504,9	193,0	116,9
Ciudad de Buenos Aires											
2008 Febrero	186,3	171,0	310,4	139,7	159,7	774,7	108,1	211,7	321,3	192,1	95,1
2009 Enero	213,6	199,9	350,0	128,0	188,1	851,8	211,3	272,6	370,6	271,2	95,2
Febrero	190,5	174,7	314,4	130,0	179,8	781,6	109,3	223,2	363,5	213,9	88,9
24 partidos de la provincia de Buenos Aires											
2008 Febrero	196,0	144,1	336,4	103,0	153,3	1280,5	148,7	163,8	416,8	161,7	80,7
2009 Enero	245,3	179,8	367,5	169,9	178,9	1267,4	325,4	276,3	722,1	189,3	151,8
Febrero	226,5	175,6	346,0	171,0	169,9	1103,5	143,3	256,4	639,8	161,2	137,1

Cuadro 15. 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 comodidades y kioscos	Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	Juguetería	Librería y papelería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
en \$											
Total del Gran Buenos Aires											
2008 Febrero	1.061	1.526	1.388	615	995	3.128	709	1.008	189	1.748	752
2009 Enero	1.279	1.691	1.617	1.178	1.229	3.141	1.587	1.355	298	2.027	551
Febrero	1.163	1.553	1.505	1.191	1.173	2.786	745	1.179	273	1.639	510
Ciudad de Buenos Aires											
2008 Febrero	1.286	1.830	1.496	1.118	1.207	2.622	978	981	200	1.768	850
2009 Enero	1.473	2.056	1.694	1.023	1.455	2.697	2.028	1.262	238	2.372	829
Febrero	1.312	1.790	1.522	1.038	1.391	2.494	1.049	1.048	233	1.872	775
24 partidos de la provincia de Buenos Aires											
2008 Febrero	908	1.239	1.327	432	842	3.424	601	1.055	183	1.305	607
2009 Enero	1.144	1.384	1.569	1.359	1.061	3.377	1.400	1.500	340	1.540	478
Febrero	1.060	1.352	1.494	1.367	1.010	2.940	616	1.392	301	1.311	440

La concurrencia a las 171 salas cinematográficas en el mes de febrero de 2009 fue de 1.054.392 espectadores, en tanto que el promedio por sala fue 6.166 personas.

En Ciudad de Buenos Aires, la cantidad de salas ascendió a 58 y los espectadores sumaron 480.553, con una cantidad promedio de 8.285 personas por sala.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, la cantidad de salas ascendió a 113, los espectadores fueron 573.839 y el promedio de personas por sala fue 5.078.

Cuadro 16. 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			
2008 Febrero	171	1.066.604	6.237
2009 Enero	171	1.153.820	6.747
Febrero	171	1.054.392	6.166
Ciudad de Buenos Aires			
2008 Febrero	58	433.251	8.039
2009 Enero	58	458.866	7.911
Febrero	58	480.553	8.285
24 partidos de la provincia de Buenos Aires			
2008 Febrero	113	600.353	5.313
2009 Enero	113	694.954	6.150
Febrero	113	573.839	5.078

En el mes de febrero, el total de personal dependiente de las administraciones de los centros de compras ascendió a 1.133 personas.

Cuadro 17. 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			
2008 Febrero	1.169	744	425
2009 Enero	1.162	737	425
Febrero	1.133	720	413

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

Los ingresos obtenidos por la administración de los centros de compras sumaron \$ 55,1 millones, correspondiendo \$ 28,3 millones a Ciudad de Buenos Aires y \$ 26,8 millones a 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

Si se los compara con febrero de 2008, se observa una variación positiva del 12%.

Cuadro 18. 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			
2008 Febrero	49.159	26.179	22.440
2009 Enero	67.939	35.174	32.765
Febrero	55.060	28.291	26.769

Síntesis metodológica

Los cálculos requeridos para los índices de este informe requieren deflataciones. Para tal fin, se construyeron índices de precios Laspeyres con ponderadores e índices del IPC dentro de cada Grupo de artículos. Un detalle con fórmulas aparece en [www.indec.gov.ar/Comercio y Servicios/Comercio/Centros de compras/Descripción de la Construcción de los índices](http://www.indec.gov.ar/Comercio%20y%20Servicios/Comercio/Centros%20de%20compras/Descripción%20de%20la%20Construcción%20de%20los%20índices).

Cuadro 6

- **Cálculo del índice de precios implícitos.** El valor mensual surge como el cociente entre el índice de precios corrientes y el índice de precios constantes, ambos con base abril 2008.

Cuadro 8

- **Cálculo de la serie a Precios Corrientes.** La serie utiliza como base la facturación de abril de 2008.

- **Cálculo de la serie a Precios Constantes.** La serie se calcula dividiendo la facturación de cada mes a precios de abril de 2008 por la facturación del mes base.

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.

Signos convencionales

- * Dato provisorio
- ... Dato no disponible a la fecha de presentación de los resultados
- /// Dato que no corresponde presentar debido a la naturaleza de las cosas
- Dato igual a cero
- s Dato resguardado por el secreto estadístico