



Buenos Aires, 27 de abril de 2010

Encuesta de Centros de Compras

Marzo de 2010

En el mes de marzo de 2010, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 33 centros de compras. De ellos, 17 se encuentran ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y los 16 restantes, en el conurbano bonaerense.

Ventas a precios corrientes con estacionalidad

Las ventas a precios corrientes en marzo de 2010 alcanzaron los \$ 782,9 millones de pesos, lo que significa un incremento de 17,4% respecto al mes inmediatamente anterior y una suba de 41,6% en relación a igual mes del año anterior.

La variación interanual de las ventas de los tres primeros meses de 2010 registró un aumento de 39,2% respecto a igual período del año anterior.

Cuadro 1. Evolución de las ventas a precios corrientes, variaciones porcentuales

Período	Ventas en millones de pesos	Mes anterior	Variación porcentual	
			Igual período año anterior	Del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período año anterior
2008	7.436,2	22,1	///	///
2009	8.394,1	12,9	///	///
2009 Mar	553,0	17,2	-4,7	1,8
2010 Feb	666,7	-4,7	41,3	37,9
2010 Mar*	782,9	17,4	41,6	39,2

Ventas a precios constantes desestacionalizadas

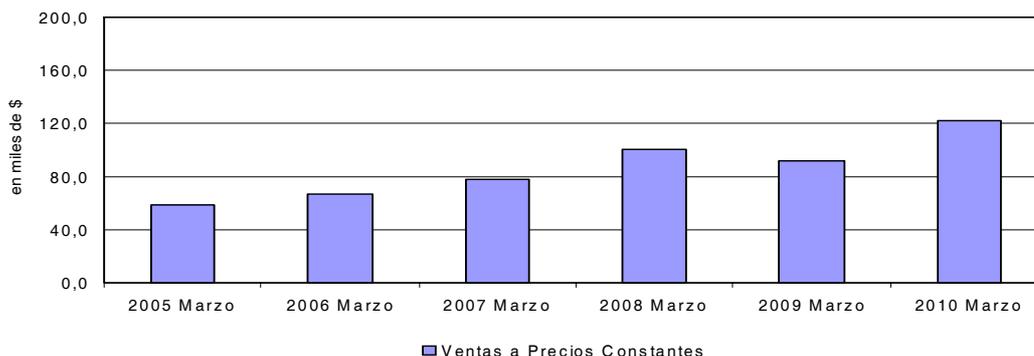
En el mes de marzo de 2010 las ventas desestacionalizadas a precios constantes tuvieron una disminución de 1,9% respecto al mes inmediatamente anterior y una suba de 36,9% en relación a igual mes del año anterior.

La tendencia ciclo de la serie se incrementó 0,8%.

Cuadro 2. Ventas a precios constantes

Período	Variación porcentual		
	Mes anterior		Igual período año anterior
	Desestacionalizada	Tendencia ciclo	Desestacionalizada
2009 Mar	-4,4	1,0	-6,2
2010 Feb	8,4	1,2	33,5
2010 Mar*	-1,9	0,8	36,9

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 2010

En el mes de febrero de 2010, las ventas totales de los 33 centros de compras ubicados en Ciudad de Buenos Aires y en 24 partidos de la provincia de Buenos Aires sumaron \$666,7 millones, lo que representa un incremento de 41,3% respecto al mismo mes del año anterior.

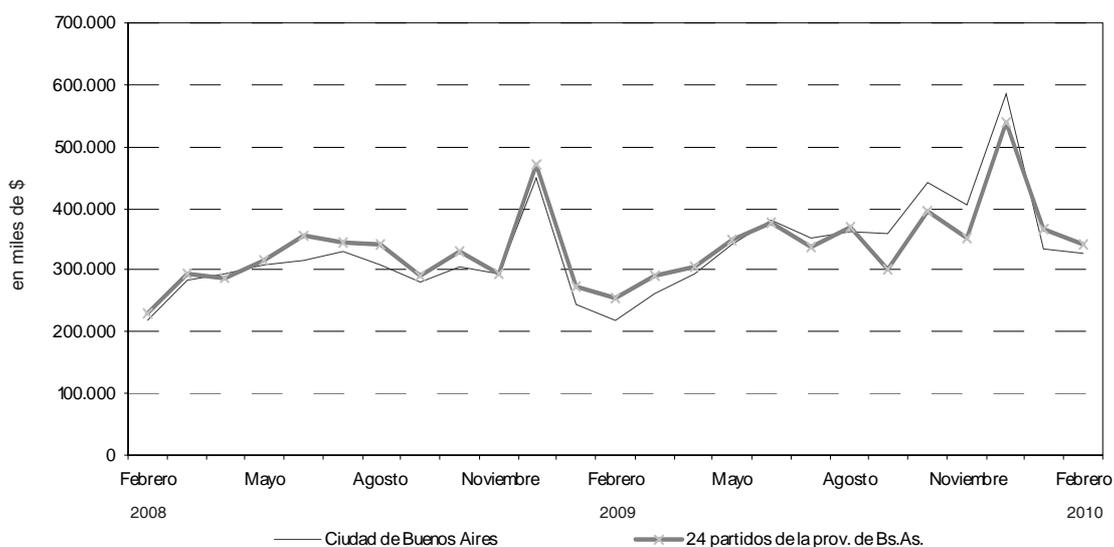
En Ciudad de Buenos Aires, las ventas del mes de febrero de 2010 aumentaron 50,1% respecto al mismo mes del año anterior.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, las ventas del mes de febrero de 2010 aumentaron 33,6% respecto al mismo mes del año anterior.

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

Jurisdicción	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual		
	2009	2010		Mes 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.	471.950	699.502	666.750	-4,7	41,3	37,9
Ciudad de Buenos Aires	217.988	333.386	327.283	-1,8	50,1	42,8
24 partidos de la prov. de Bs.As.	253.962	366.116	339.283	-7,3	33,6	33,5

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 2010 con las del mismo mes del año anterior, se observa que los rubros que registraron un incremento significativo fueron Electrónicos (78,3%), Ropa deportiva (62,4%) y Amoblamientos y decoración (49%).

En Ciudad de Buenos Aires, los rubros que registran las variaciones más altas respecto al mismo mes del año anterior fueron Otros (134,6%), Electrónicos (80,6%), y Ropa deportiva (65%).

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, las mayores variaciones respecto al mismo mes del año anterior corresponden a Electrónicos (77,3%), Ropa deportiva (60,8%) y Amoblamientos y decoración (39,3%).

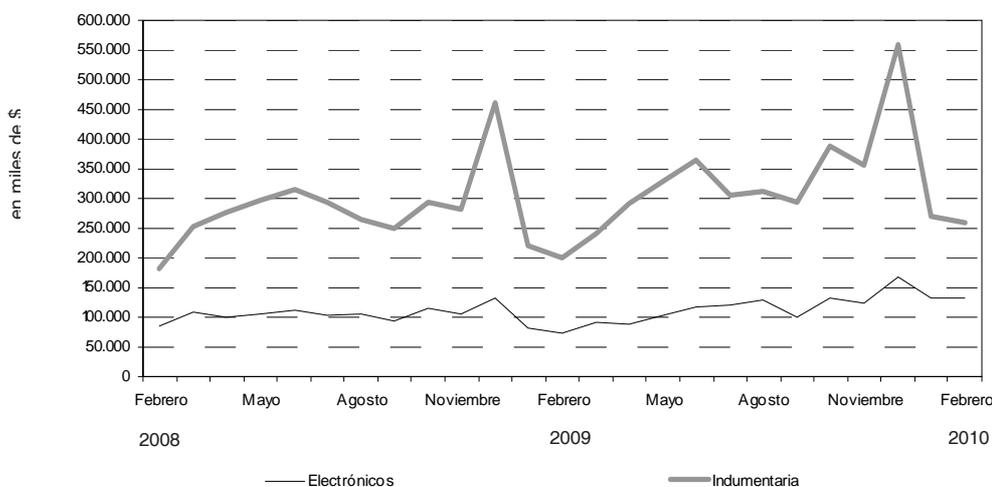
Cuadro 4. Evolución de las ventas a precios corrientes, por rubros, según jurisdicción. Variaciones porcentuales

Grupos de artículos	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual		
	2009	2010		Mes 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.	471.950	699.502	666.750	-4,7	41,3	37,9
Indumentaria calzado y marroquinería	201.225	271.168	258.450	-4,7	28,4	25,9
Ropa y accesorios deportivos	34.306	53.163	55.711	4,8	62,4	53,2
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	24.129	33.856	35.959	6,2	49,0	45,4
Patio de comidas, alimentos y kioscos	62.922	88.803	85.742	-3,4	36,3	35,5
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	73.429	130.909	130.929	0,0	78,3	67,0
Juguetería	4.689	7.751	6.674	-13,9	42,3	-1,7
Librería y papelería	8.534	10.923	10.647	-2,5	24,8	19,0
Diversión y esparcimiento	21.709	34.209	29.387	-14,1	35,4	40,1
Perfumería y Farmacia	15.051	23.420	21.650	-7,6	43,8	33,9
Otros	25.956	45.300	31.601	-30,2	21,7	43,4
Ciudad de Buenos Aires	217.988	333.386	327.467	-1,8	50,2	42,9
Indumentaria calzado y marroquinería	106.375	158.062	147.953	-6,4	39,1	33,9
Ropa y accesorios deportivos	13.203	22.186	21.779	-1,8	65,0	57,6
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	11.306	16.644	18.100	8,7	60,1	54,8
Patio de comidas, alimentos y kioscos	31.828	47.540	45.153	-5,0	41,9	42,3
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	22.666	38.925	40.933	5,2	80,6	67,2
Juguetería	1.967	4.043	3.329	-17,7	69,2	27,8
Librería y papelería	4.688	6.372	5.829	-8,5	24,3	20,3
Diversión y esparcimiento	7.633	11.962	10.215	-14,6	33,8	43,9
Perfumería y Farmacia	10.054	15.502	14.778	-4,7	47,0	32,8
Otros	8.268	12.150	19.398	59,7	134,6	88,2
24 partidos de la prov. de Bs.As.	253.962	366.116	339.283	-7,3	33,6	33,5
Indumentaria calzado y marroquinería	94.850	113.106	110.497	-2,3	16,5	16,3
Ropa y accesorios deportivos	21.103	30.977	33.932	9,5	60,8	50,4
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	12.823	17.212	17.859	3,8	39,3	37,2
Patio de comidas, alimentos y kioscos	31.094	41.263	40.589	-1,6	30,5	28,6
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	50.763	91.984	89.996	-2,2	77,3	66,9
Juguetería	2.722	3.708	3.345	-9,8	22,9	-20,8
Librería y papelería	3.846	4.551	4.818	5,9	25,3	17,3
Diversión y esparcimiento	14.076	22.247	19.172	-13,8	36,2	38,2
Perfumería y Farmacia	4.997	7.918	6.872	-13,2	37,5	36,1
Otros	17.688	33.150	12.203	-63,2	-31,0	22,7

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

Grupos de artículos	Composición porcentual de las ventas		
	2009	2010	
	Febrero	Diciembre	Enero
Total del Gran Bs.As.	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	42,6	38,8	38,8
Ropa y accesorios deportivos	7,3	7,6	8,4
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	5,1	4,8	5,4
Patio de comidas, alimentos y kioscos	13,3	12,7	12,9
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	15,6	18,7	19,6
Juguetería	1,0	1,1	1,0
Librería y papelería	1,8	1,6	1,6
Diversión y esparcimiento	4,6	4,9	4,4
Perfumería y farmacia	3,2	3,3	3,2
Otros	5,5	6,5	4,7
Ciudad de Buenos Aires	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	48,8	47,4	45,2
Ropa y accesorios deportivos	6,1	6,7	6,7
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	5,2	5,0	5,5
Patio de comidas, alimentos y kioscos	14,6	14,3	13,8
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	10,4	11,7	12,5
Juguetería	0,9	1,2	1,0
Librería y papelería	2,2	1,9	1,8
Diversión y esparcimiento	3,5	3,6	3,1
Perfumería y farmacia	4,6	4,6	4,5
Otros	3,8	3,6	5,9
24 partidos de la prov. de Bs.As.	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	37,3	30,9	32,6
Ropa y accesorios deportivos	8,3	8,5	10,0
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	5,0	4,7	5,3
Patio de comidas, alimentos y kioscos	12,2	11,3	12,0
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	20,0	25,1	26,5
Juguetería	1,1	1,0	1,0
Librería y papelería	1,5	1,2	1,4
Diversión y esparcimiento	5,5	6,1	5,7
Perfumería y farmacia	2,0	2,2	2,0
Otros	7,0	9,1	3,6

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

	2007	2008	2009	2010
	99,0	101,5	106,0	
Enero	95,6	100,0	104,0	109,7
Febrero	95,1	99,2	104,0	109,9
Marzo	98,3	99,5	103,9	110,5*
Abril	100,6	100,0	104,6	
Mayo	101,3	100,4	105,0	
Junio	101,5	101,7	105,2	
Julio	99,2	102,3	105,4	
Agosto	97,7	101,8	106,2	
Septiembre	98,6	102,3	107,1	
Octubre	98,8	103,1	107,7	
Noviembre	100,6	103,6	108,8	
Diciembre	101,1	104,4	109,8	

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

	2007	2008	2009	2010
	7,5	2,9	4,4	
Enero	11,9	4,6	4,0	5,5
Febrero	12,2	4,4	4,8	5,7
Marzo	11,0	1,2	4,4	6,3*
Abril	9,3	-0,6	4,6	
Mayo	8,1	-0,9	4,6	
Junio	8,7	0,2	3,4	
Julio	8,3	3,1	3,0	
Agosto	6,6	4,2	4,3	
Septiembre	3,8	3,8	4,7	
Octubre	2,6	4,4	4,5	
Noviembre	3,7	3,0	5,0	
Diciembre	3,8	3,3	5,2	

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					
2007	Mar	76,6	29,9	29,9	77,9	25,6	17,1	82,3	1,9	14,5	82,0	1,7		
	Abr	83,8	9,5	25,1	83,3	6,9	14,4	84,6	2,8	17,5	83,4	1,7		
	May	82,9	-1,1	23,3	81,8	-1,8	14,1	83,4	-1,5	13,3	84,8	1,7		
	Jun	91,3	10,1	37,2	89,9	9,9	26,3	85,7	2,8	22,9	86,4	1,8		
	Jul	97,3	6,6	30,7	98,1	9,1	20,7	88,1	2,8	24,0	88,0	1,9		
	Ago	87,9	-9,7	28,4	89,9	-8,4	20,3	91,2	3,5	20,2	89,7	1,9		
	Sep	84,1	-4,3	32,2	85,3	-5,1	27,3	90,8	-0,5	23,2	91,5	2,0		
	Oct	94,2	12,1	25,1	95,4	11,8	21,8	93,4	2,9	24,4	93,3	2,0		
	Nov	88,6	-6,0	28,9	88,1	-7,7	24,3	95,0	1,7	24,4	95,2	2,0		
	Dic	140,0	58,0	27,1	138,5	57,2	22,5	94,9	-0,1	23,1	97,2	2,0		
	2008	Ene	84,0	-40,0	29,4	84,0	-39,4	23,7	99,4	4,7	24,5	99,1	2,0	
		Feb	77,6	-7,6	31,7	78,2	-6,9	26,1	99,2	-0,2	22,7	101,0	1,9	
Mar		100,1	29,0	30,8	100,6	28,6	29,1	104,0	4,8	26,3	102,8	1,7		
Abr		100,0	-0,1	19,3	100,0	-0,6	20,0	104,4	0,4	23,3	104,2	1,4		
May		107,9	7,9	30,2	107,5	7,5	31,4	106,6	2,2	27,9	105,3	1,0		
Jun		115,7	7,2	26,8	113,8	5,9	26,6	108,2	1,5	26,2	105,8	0,5		
Jul		116,4	0,6	19,6	113,8	0,0	16,0	104,6	-3,3	18,8	105,9	0,1		
Ago		111,8	-4,0	27,2	109,9	-3,4	22,2	105,8	1,1	16,1	105,5	-0,4		
Sep		98,8	-11,6	17,5	96,5	-12,2	13,1	107,3	1,4	18,2	104,8	-0,7		
Oct		109,8	11,1	16,5	106,5	10,4	11,6	104,0	-3,1	11,3	103,8	-0,9		
Nov		102,0	-7,1	15,1	98,4	-7,6	11,7	101,1	-2,8	6,4	102,9	-0,9		
Dic		158,6	55,6	13,3	152,0	54,5	9,7	109,9	8,7	15,7	102,3	-0,6		
2009	Ene	89,5	-43,6	6,6	86,1	-43,4	2,5	100,1	-8,9	0,8	102,1	-0,2		
	Feb	81,4	-9,0	4,9	78,3	-9,1	0,1	102,0	1,9	2,9	102,4	0,3		
	Mar	95,4	17,2	-4,7	91,8	17,2	-8,7	97,6	-4,4	-6,2	103,4	1,0		
	Abr	103,8	8,8	3,8	99,2	8,1	-0,8	103,7	6,3	-0,7	105,1	1,6		
	May	118,5	14,2	9,8	112,8	13,7	4,9	108,9	5,0	2,1	107,2	2,1		
	Jun	131,0	10,5	13,2	124,6	10,5	9,5	121,0	11,1	11,8	109,9	2,4		
	Jul	118,6	-9,5	1,9	112,6	-9,6	-1,1	103,5	-14,4	-1,1	112,8	2,7		
	Ago	126,5	6,7	13,1	119,0	5,7	8,3	114,5	10,6	8,2	116,0	2,8		
	Sep	115,5	-8,7	16,9	107,9	-9,3	11,8	119,6	4,4	11,5	119,3	2,8		
	Oct	144,7	25,3	31,8	134,3	24,5	26,1	127,7	6,8	22,8	122,6	2,8		
	Nov	130,6	-9,7	28,1	120,0	-10,6	22,0	126,6	-0,9	25,2	125,7	2,6		
	Dic	193,8	48,4	22,2	176,5	47,1	16,1	127,5	0,8	16,1	128,5	2,2		
2010	Ene	120,7	-37,7	34,8	110,0	-37,7	27,8	125,7	-1,5	25,5	130,7	1,7		
	Feb	115,0	-4,7	41,3	104,6	-4,9	33,6	136,2	8,4	33,5	132,4	1,2		
	Mar*	135,1	17,4	41,6	122,3	16,9	33,2	133,6	-1,9	36,9	133,4	0,8		

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

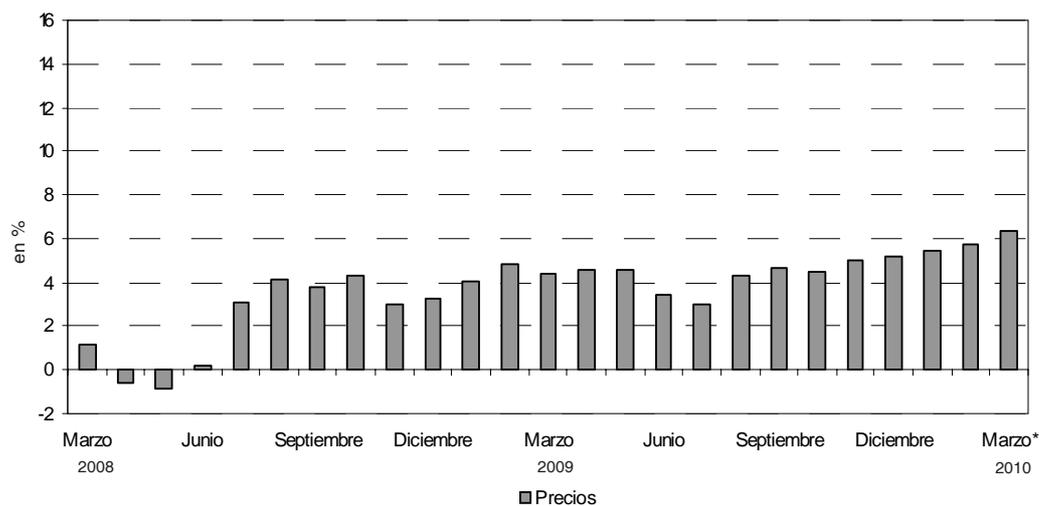
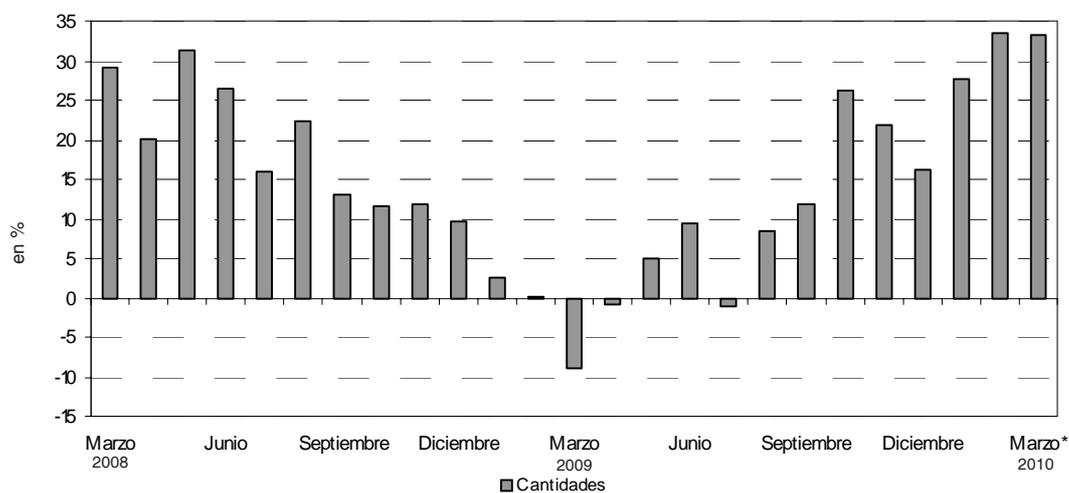


Gráfico 5. Cantidades, variación porcentual respecto a igual período del año anterior



En el mes de febrero de 2010, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 33 centros de compras. De ellos, 17 se encuentran ubicados en Ciudad de Buenos Aires y los 16 restantes, en 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

En Ciudad de Buenos Aires, 13 de los 17 centros de compras tienen menos de 100 locales y los 4 restantes, más de 100 locales.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, 11 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
2009 Febrero	32	10	22	17	5	12	15	5	10
2010 Enero	33	9	24	17	4	13	16	5	11
Febrero	33	9	24	17	4	13	16	5	11

En estos centros de compras, en el mes de febrero de 2010 se encuentran ubicados 2.693 locales, de los cuales el 91,5% está en actividad e informa ventas, mientras que el 1,8% corresponde al rubro Otros (estudios jurídicos, consultorios médicos, etc.) y el 6,3% 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 509,5 miles de m², está en condición de activo con volumen de ventas disponible el 91,4%, el 1,5% corresponde al rubro Otros en tanto que el 7,1% está inactivo especialmente por reformas o por destinarse a alquilar.

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								
2009 Febrero	2.531	2.335	2.265	70	196	153	29	14
2010 Enero	2.695	2.530	2.481	49	165	156	4	5
Febrero	2.693	2.514	2.465	49	179	170	4	5
Área Bruta Locativa								
2009 Febrero	448.921	418.817	405.755	13.062	30.104	25.041	3.569	1.494
2010 Enero	509.645	474.666	466.839	7.827	36.156	33.316	789	1.874
Febrero	509.515	473.548	465.721	7.827	35.967	33.304	789	1.874

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 2009 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 (82,2%), administrativos (6,9%), tareas de vigilancia (5,3%), tareas de limpieza (4,3%) y otras tareas (1,3%).

Cuadro 11. Cantidad de ocupados en los Centros de Compras. Julio 2009.

Locales activos	Total	Administrativos	Locales comerciales	Vigilancia	Limpieza	Otros
Total	22.225	1527	18.270	1.190	948	290
Ciudad de Buenos Aires	11.616	624	9.394	743	586	269
24 partidos de la prov. de Buenos Aires	10.609	903	8.876	447	362	21

En términos de cantidad total de locales, los rubros que tienen la mayor participación son Indumentaria (51,6%), Patio de comidas (15%), Otros (8,8%) y Amoblamientos (8%) mientras que el resto no supera el 5%.

En la Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (53,4%), Patio de comidas (15,2%), Otros (7,7%) y Amoblamientos (6,8%); el resto no supera el 5%.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (49,7%), Patio de comidas (14,7%), Otros (9,9%), Amoblamientos (9,4%) y Ropa deportiva (6%); el resto no supera el 5%.

Cuadro 12. Cantidad de locales activos por rubro según jurisdicción

Grupos de artículos	Cantidad de locales activos		
	2009	2010	
	Febrero	Enero	Febrero
Total del Gran Bs.As.	2.265	2.481	2.465
Indumentaria calzado y marroquinería	1.149	1.282	1.272
Ropa y accesorios deportivos	103	122	122
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	162	200	198
Patio de comidas, alimentos y kioscos	360	370	369
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	75	82	81
Juguetería	37	43	44
Librería y papelería	36	36	35
Diversión y esparcimiento	43	45	45
Perfumería y farmacia	78	83	83
Otros	222	218	216
Ciudad de Buenos Aires	1.144	1.290	1.279
Indumentaria calzado y marroquinería	609	689	683
Ropa y accesorios deportivos	42	51	51
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	87	89	87
Patio de comidas, alimentos y kioscos	177	196	195
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	29	34	34
Juguetería	18	25	26
Librería y Papelería	21	24	23
Diversión y esparcimiento	21	26	26
Perfumería y Farmacia	47	56	56
Otros	93	100	98
24 partidos de la prov. de Bs.As.	1.121	1.191	1.186
Indumentaria calzado y marroquinería	540	593	589
Ropa y accesorios deportivos	61	71	71
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	75	111	111
Patio de comidas, alimentos y kioscos	183	174	174
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	46	48	47
Juguetería	19	18	18
Librería y papelería	15	12	12
Diversión y esparcimiento	22	19	19
Perfumería y farmacia	31	27	27
Otros	129	118	118

Teniendo en cuenta la composición por rubro del área bruta locativa total, se observa que la mayor participación corresponde al rubro Indumentaria (31,8%), seguido por Diversión (19%), Patio de comidas (12%), Otros (11,1%), Amoblamientos (7,8%), Electrónicos (6,8%) y Ropa deportiva (6,5%). En tanto, el resto no supera el 5%.

En Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (37,6%), Diversión (20,8%), Patio de comidas (11%), Otros (6,2%), Electrónicos (6,2%), Amoblamientos (5,8%) y Ropa deportiva (5,6%), 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 (27,5%), Diversión (17,8%), Otros (14,7%), Patio de comidas (12,7%), Amoblamientos (9,2%), Electrónicos (7,2%) y Ropa deportiva (7,1%). En tanto, el resto no supera el 5%.

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

Grupos de artículos	Metros cuadrados		
	2009	2010	
	Febrero	Enero	Febrero
Total del Gran Bs.As.	405.755	466.839	465.721
Indumentaria calzado y marroquinería	129.582	148.918	148.031
Ropa y accesorios deportivos	22.799	30.303	30.229
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	20.265	36.359	36.220
Patio de comidas, alimentos y kioscos	53.656	56.029	55.941
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	26.354	31.358	31.625
Juguetería	6.293	6.982	7.056
Librería y papelería	7.237	7.171	7.078
Diversión y esparcimiento	79.498	88.666	88.666
Perfumería y farmacia	9.184	9.302	9.302
Otros	50.887	51.751	51.573
Ciudad de Buenos Aires	166.137	197.563	196.711
Indumentaria calzado y marroquinería	59.436	74.602	73.981
Ropa y accesorios deportivos	8.677	11.091	11.017
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	10.887	11.597	11.458
Patio de comidas, alimentos y kioscos	22.885	21.798	21.710
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	9.088	11.893	12.160
Juguetería	1.875	2.754	2.828
Librería y papelería	4.475	4.858	4.765
Diversión y esparcimiento	32.768	40.821	40.821
Perfumería y farmacia	5.372	5.849	5.849
Otros	10.674	12.300	12.122
24 partidos de la prov. de Bs.As.	239.618	269.276	269.010
Indumentaria calzado y marroquinería	70.146	74.316	74.050
Ropa y accesorios deportivos	14.122	19.212	19.212
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	9.378	24.762	24.762
Patio de comidas, alimentos y kioscos	30.771	34.231	34.231
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	17.266	19.465	19.465
Juguetería	4.418	4.228	4.228
Librería y papelería	2.762	2.313	2.313
Diversión y esparcimiento	46.730	47.845	47.845
Perfumería y farmacia	3.812	3.453	3.453
Otros	40.213	39.451	39.451

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 comidas, alimentos 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											
2009 Febrero	208,4	175,1	333,1	148,9	174,8	979,1	126,7	237,1	504,9	193,0	116,9
2010 Enero	281,9	211,5	435,8	169,3	240,0	1596,5	180,3	303,4	760,2	282,2	207,8
Febrero	270,5	203,2	456,6	181,6	232,4	1616,4	151,7	304,2	653,0	260,8	146,3
Ciudad de Buenos Aires											
2009 Febrero	190,5	174,7	314,4	130,0	179,8	781,6	109,3	223,2	363,5	213,9	88,9
2010 Enero	258,4	229,4	435,0	187,0	242,6	1144,9	161,7	265,5	460,1	276,8	121,5
Febrero	256,0	216,6	427,0	208,0	231,6	1203,9	128,0	253,4	392,9	263,9	197,9
24 partidos de la provincia de Buenos Aires											
2009 Febrero	226,5	175,6	346,0	171,0	169,9	1103,5	143,3	256,4	639,8	161,2	137,1
2010 Enero	307,4	190,7	436,3	155,1	237,1	1916,3	206,0	379,3	1170,9	293,3	280,9
Febrero	286,1	187,6	477,9	160,9	233,3	1914,8	185,8	401,5	1009,1	254,5	103,4

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 comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	Juguetería	Librería y papelería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
en \$											
Total del Gran Buenos Aires											
2009 Febrero	1.163	1.553	1.505	1.191	1.173	2.786	745	1.179	273	1.639	510
2010 Enero	1.498	1.821	1.754	931	1.585	4.175	1.110	1.523	386	2.518	875
Febrero	1.432	1.746	1.843	993	1.533	4.140	946	1.504	331	2.327	613
Ciudad de Buenos Aires											
2009 Febrero	1.312	1.790	1.522	1.038	1.391	2.494	1.049	1.048	233	1.872	775
2010 Enero	1.687	2.119	2.000	1.435	2.181	3.273	1.468	1.312	293	2.650	988
Febrero	1.665	2.000	1.977	1.580	2.080	3.366	1.177	1.223	250	2.527	1.600
24 partidos de la provincia de Buenos Aires											
2009 Febrero	1.060	1.352	1.494	1.367	1.010	2.940	616	1.392	301	1.311	440
2010 Enero	1.360	1.522	1.612	695	1.205	4.726	877	1.968	465	2.293	840
Febrero	1.261	1.492	1.766	721	1.186	4.623	791	2.083	401	1.990	309

La concurrencia a las 161 salas cinematográficas en el mes de febrero de 2010 fue de 1.159.799 espectadores. En tanto, el promedio por sala fue 7.204 personas.

En Ciudad de Buenos Aires, la cantidad de salas ascendió a 52 y los espectadores sumaron 533.881, con una cantidad promedio de 10.267 personas por sala.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, la cantidad de salas ascendió a 109, los espectadores fueron 625.918 y el promedio de personas por sala fue 5.742.

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			
2009 Febrero	171	1.054.392	6.166
2010 Enero	161	1.491.322	9.263
Febrero	161	1.159.799	7.204
Ciudad de Buenos Aires			
2009 Febrero	58	480.553	8.285
2010 Enero	52	700.826	13.477
Febrero	52	533.881	10.267
24 partidos de la provincia de Buenos Aires			
2009 Febrero	113	573.839	5.078
2010 Enero	109	790.496	7.252
Febrero	109	625.918	5.742

En el mes de febrero de 2010, el total de personal dependiente de las administraciones de los centros de compras ascendió a 1.217 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			
2009 Febrero	1.151	738	413
2010 Enero	1.223	810	413
Febrero	1.217	802	415

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 \$74,5 millones, correspondiendo \$43,7 millones a Ciudad de Buenos Aires y \$30,8 millones a 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

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			
2009 Febrero	55.060	28.291	26.769
2010 Enero	69.136	39.558	29.578
Febrero	74.461	43.662	30.799

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_y_Servicios/Comercio/Centros_de_compras/Descripción_de_la_Construcción_de_los_índices).

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