



Buenos Aires, 24 de abril de 2012

## Encuesta de Centros de Compras

### Marzo de 2012

En el mes de marzo de 2012, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 35 centros de compras. De ellos, 18 se encuentran ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y los 17 restantes, en el conurbano bonaerense.

#### Ventas a precios corrientes con estacionalidad

Las ventas a precios corrientes en marzo de 2012 alcanzaron los \$1253,5 millones, lo que significa un aumento del 14,6% respecto al mismo mes del año anterior y de 7,5% respecto al mes inmediatamente anterior.

La variación interanual de las ventas de los tres primeros meses de 2012 registró un aumento de 22,7% respecto a igual período del año anterior.

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

Período	Ventas en millones de pesos	Variación porcentual		
		Mes anterior	Igual período año anterior	Del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período año anterior
<b>2010</b>	11.744,2	///	39,9	///
<b>2011</b>	15.413,4	///	31,2	///
<b>2011</b> Mar	1.093,7	24,0	33,4	33,9
<b>2012</b> Feb	1.166,3	-0,5	32,2	27,5
Mar*	1.253,5	7,5	14,6	22,7

#### Ventas a precios constantes desestacionalizadas

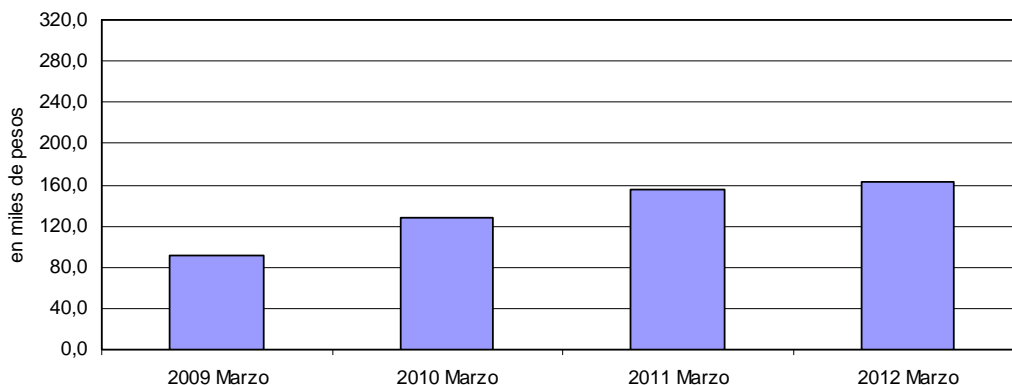
En el mes de marzo de 2012 las ventas desestacionalizadas a precios constantes tuvieron un incremento de 2,7% respecto al mismo mes del año anterior.

La tendencia ciclo registró una baja de 0,4%.

**Cuadro 2.** Ventas a precios constantes

Período	Variación porcentual		
	Mes anterior		Igual período año anterior
	Desestacionalizada	Tendencia ciclo	Desestacionalizada
<b>2011</b> Mar	2,9	1,8	21,1
<b>2012</b> Feb	2,6	-0,2	17,1
Mar*	-9,8	-0,4	2,7

**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 2012

En el mes de febrero de 2012, las ventas totales de los 35 centros de compras ubicados en Ciudad de Buenos Aires y en 24 partidos de la provincia de Buenos Aires sumaron \$1166,3 millones, lo que representa un incremento de 32,2% respecto al mismo mes del año anterior.

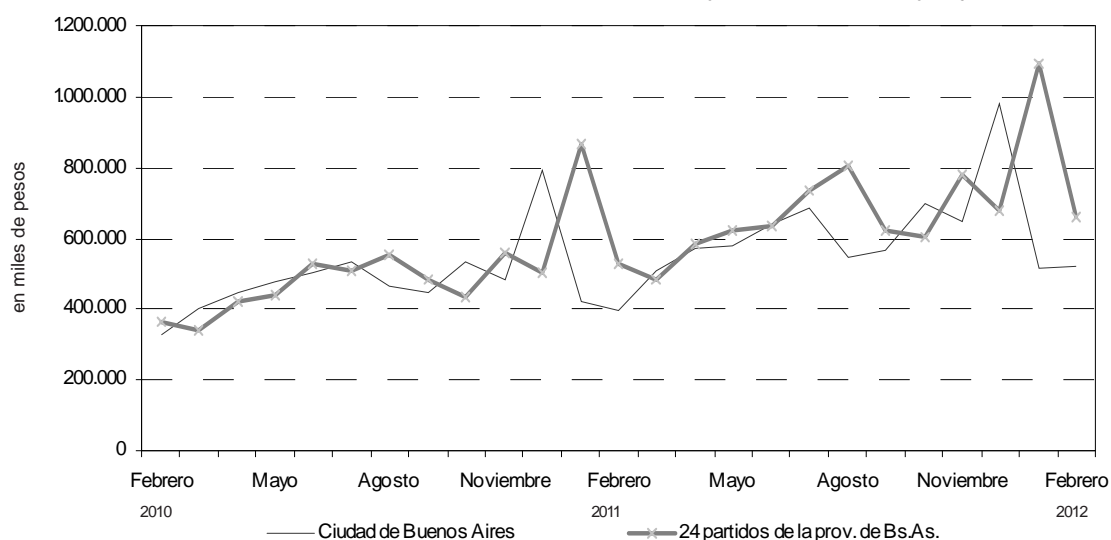
En Ciudad de Buenos Aires, las ventas del mes de febrero de 2012 aumentaron 31,9% respecto al mismo mes del año anterior.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, las ventas del mes de febrero de 2012 aumentaron 32,5% 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		
	2011	2012		Mes anterior	Igual período año anterior	Del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período año anterior
	Febrero	Enero	Febrero			
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>	<b>881.898</b>	<b>1.172.028</b>	<b>1.166.307</b>	<b>-0,5</b>	<b>32,2</b>	<b>27,5</b>
Ciudad de Buenos Aires	396.152	513.162	522.498	1,8	31,9	26,4
24 partidos de la provincia de Buenos Aires	485.746	658.866	643.809	-2,3	32,5	28,4

**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 2012 con las del mismo mes del año anterior, se observa que los rubros con mayor incremento fueron Patio de comidas (45,1%), Librería (44,6%), Diversión y esparcimiento (43,2%) y Otros (42,2%).

En Ciudad de Buenos Aires, los rubros que registran las variaciones más altas respecto al mismo mes del año anterior fueron Diversión y esparcimiento (68,8%), Librería (66,9%), Juguetería (43,1%) y Patio de comidas (40,5%)

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, las mayores variaciones respecto al mismo mes del año anterior corresponden a Otros (51,2%), Patio de comidas (49,4%) e Indumentaria (41,5%).

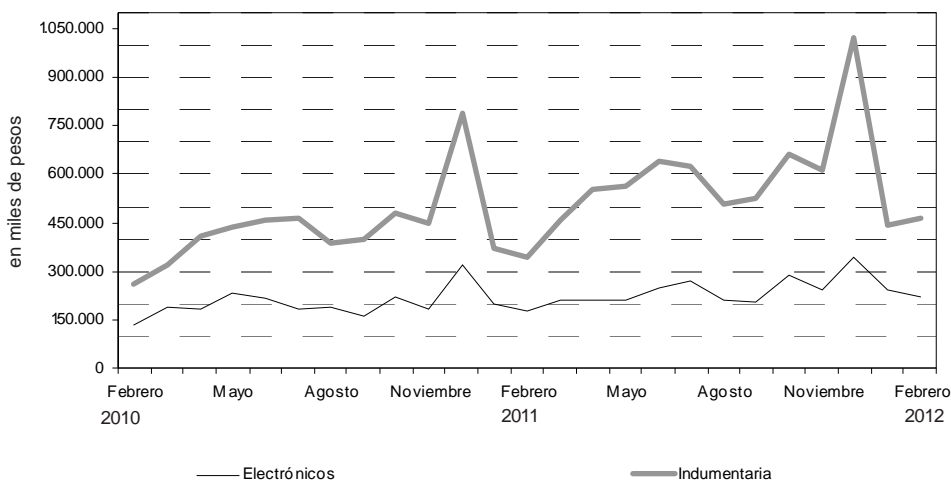
**Cuadro 4.** Evolución de las ventas a precios corrientes, por rubros, según jurisdicción. Variaciones porcentuales

Grupos de artículos	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual		
	2011	2012		Mes anterior	Igual período año anterior	Del acumulado desde enero del año respectivo a igual período año anterior
	Febrero	Enero	Febrero			
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>	<b>881.898</b>	<b>1.172.028</b>	<b>1.166.307</b>	<b>-0,5</b>	<b>32,2</b>	<b>27,5</b>
Indumentaria calzado y marroquinería	343.665	444.573	463.006	4,1	34,7	27,4
Ropa y accesorios deportivos	85.858	90.821	99.148	9,2	15,5	14,6
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	38.786	44.682	45.316	1,4	16,8	17,3
Patio de comidas, alimentos y kioscos	114.834	162.869	166.613	2,3	45,1	36,1
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	175.597	240.486	223.290	-7,2	27,2	24,3
Juguetería	10.896	16.816	12.735	-24,3	16,9	11,3
Librería y papelería	13.948	19.489	20.166	3,5	44,6	36,2
Diversión y esparcimiento	39.607	56.275	56.705	0,8	43,2	31,3
Perfumería y Farmacia	24.962	36.064	31.266	-13,3	25,3	28,3
Otros	33.745	59.953	48.062	-19,8	42,4	55,7
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>	<b>396.152</b>	<b>513.162</b>	<b>522.498</b>	<b>1,8</b>	<b>31,9</b>	<b>26,4</b>
Indumentaria calzado y marroquinería	186.618	233.145	240.774	3,3	29,0	23,6
Ropa y accesorios deportivos	32.076	34.524	37.542	8,7	17,0	15,5
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	18.884	23.114	25.619	10,8	35,7	27,3
Patio de comidas, alimentos y kioscos	55.973	78.089	78.656	0,7	40,5	34,7
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	47.219	61.551	59.806	-2,8	26,7	19,6
Juguetería	4.296	7.173	6.146	-14,3	43,1	27,4
Librería y papelería	6.778	10.842	11.310	4,3	66,9	52,5
Diversión y esparcimiento	12.214	19.957	20.621	3,3	68,8	51,0
Perfumería y Farmacia	15.418	23.486	19.770	-15,8	28,2	33,6
Otros	16.676	21.281	22.254	4,6	33,4	31,4
<b>24 partidos de la prov. de Buenos Aires</b>	<b>485.746</b>	<b>658.866</b>	<b>643.809</b>	<b>-2,3</b>	<b>32,5</b>	<b>28,4</b>
Indumentaria calzado y marroquinería	157.047	211.428	222.232	5,1	41,5	31,8
Ropa y accesorios deportivos	53.782	56.297	61.606	9,4	14,5	14,1
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	19.902	21.568	19.697	-8,7	-1,0	7,4
Patio de comidas, alimentos y kioscos	58.861	84.780	87.957	3,7	49,4	37,3
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	128.378	178.935	163.484	-8,6	27,3	26,1
Juguetería	6.600	9.643	6.589	-31,7	-0,2	0,8
Librería y papelería	7.170	8.647	8.856	2,4	23,5	20,0
Diversión y esparcimiento	27.393	36.318	36.084	-0,6	31,7	22,3
Perfumería y Farmacia	9.544	12.578	11.496	-8,6	20,5	19,8
Otros	17.069	38.672	25.808	-33,3	51,2	78,0

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

Grupos de artículos	Composición porcentual de las ventas		
	2011	2012	
	Febrero	Enero	Febrero
<b>Total Gran Buenos Aires</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Indumentaria calzado y marroquinería	39,0	37,9	39,7
Ropa y accesorios deportivos	9,7	7,7	8,5
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	4,4	3,8	3,9
Patio de comidas, alimentos y kioscos	13,0	13,9	14,3
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	19,9	20,5	19,1
Juguetería	1,2	1,4	1,1
Librería y papelería	1,6	1,7	1,7
Diversión y esparcimiento	4,5	4,8	4,9
Perfumería y farmacia	2,8	3,1	2,7
Otros	3,8	5,1	4,1
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Indumentaria calzado y marroquinería	47,1	45,4	46,1
Ropa y accesorios deportivos	8,1	6,7	7,2
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	4,8	4,5	4,9
Patio de comidas, alimentos y kioscos	14,1	15,2	15,1
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	11,9	12,0	11,4
Juguetería	1,1	1,4	1,2
Librería y papelería	1,7	2,1	2,2
Diversión y esparcimiento	3,1	3,9	3,9
Perfumería y farmacia	3,9	4,6	3,8
Otros	4,2	4,1	4,3
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Indumentaria calzado y marroquinería	32,3	32,1	34,5
Ropa y accesorios deportivos	11,1	8,5	9,6
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	4,1	3,3	3,1
Patio de comidas, alimentos y kioscos	12,1	12,9	13,7
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	26,4	27,2	25,4
Juguetería	1,4	1,5	1,0
Librería y papelería	1,5	1,3	1,4
Diversión y esparcimiento	5,6	5,5	5,6
Perfumería y farmacia	2,0	1,9	1,8
Otros	3,5	5,9	4,0

**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

	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
	<b>106,0</b>	<b>113,6</b>	<b>125,4</b>	
Enero	104,0	109,7	119,4	131,3
Febrero	104,0	109,9	120,7	131,9
Marzo	103,9	109,9	121,6	133,0*
Abril	104,6	111,6	123,7	
Mayo	105,0	111,9	124,4	
Junio	105,2	112,9	124,9	
Julio	105,4	114,5	126,2	
Agosto	106,2	114,4	126,9	
Septiembre	107,1	115,9	127,5	
Octubre	107,7	116,2	128,2	
Noviembre	108,8	117,5	129,5	
Diciembre	109,8	118,7	131,2	

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

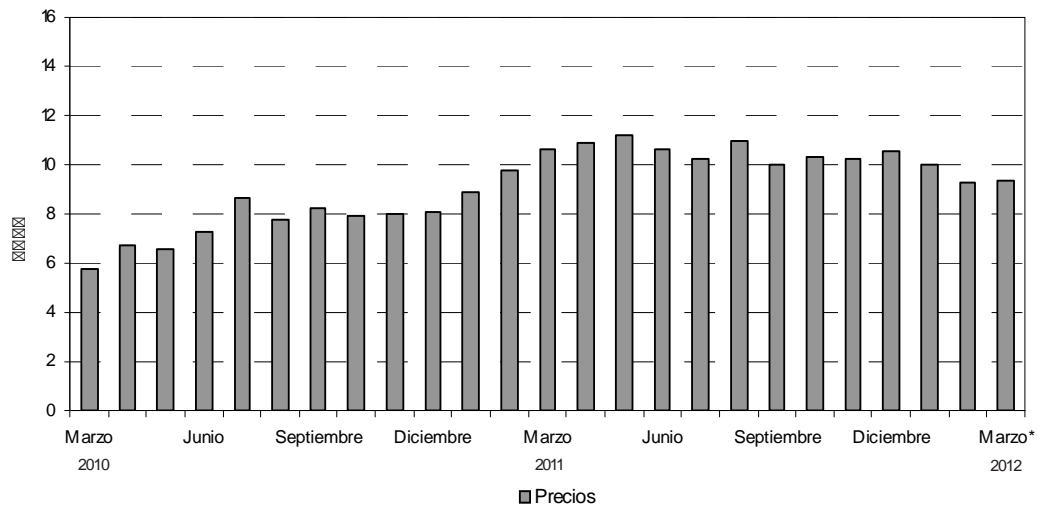
	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
	<b>4,4</b>	<b>7,2</b>	<b>10,3</b>	
Enero	4,0	5,5	8,8	10,0
Febrero	4,8	5,7	9,8	9,3
Marzo	4,4	5,8	10,6	9,4*
Abril	4,6	6,7	10,8	
Mayo	4,6	6,6	11,2	
Junio	3,4	7,3	10,6	
Julio	3,0	8,6	10,2	
Agosto	4,3	7,7	10,9	
Septiembre	4,7	8,2	10,0	
Octubre	4,5	7,9	10,3	
Noviembre	5,0	8,0	10,2	
Diciembre	5,2	8,1	10,5	

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.

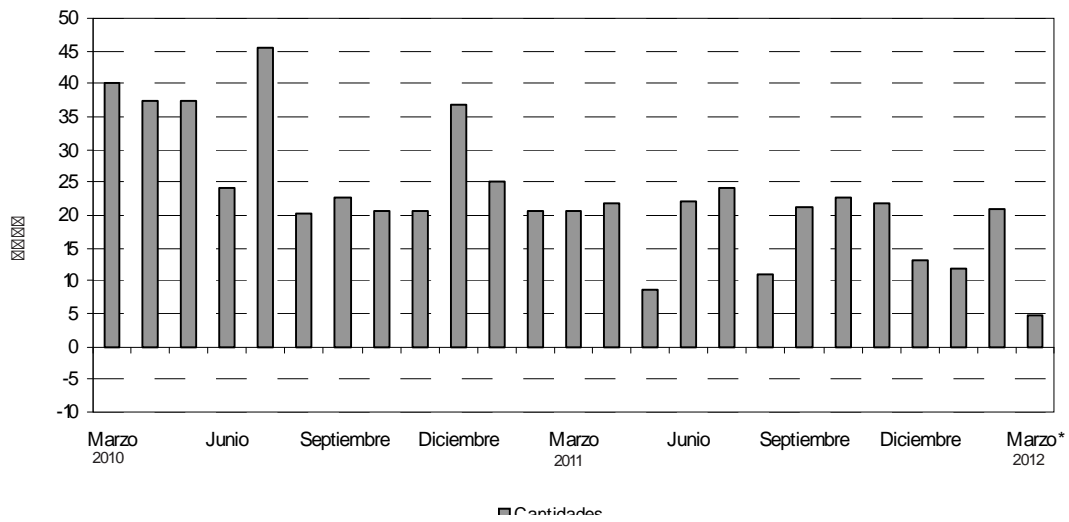
**Cuadro 8.** Ventas de Centros de Compras. Series a precios corrientes, a precios constantes, desestacionalizada a precios constantes y tendencia y sus variaciones, índices base abril 2008=100

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
<b>2009</b>	Ene	89,5	-43,6	6,6	86,1	-43,4	2,5	101,1	-5,9	1,3	103,7	-0,2			
	Feb	81,4	-9,0	4,9	78,3	-9,1	0,1	102,4	1,2	3,0	104,0	0,3			
	Mar	95,4	17,2	-4,7	91,8	17,2	-8,7	96,8	-5,4	-6,6	105,0	0,9			
	Abr	103,8	8,8	3,8	99,2	8,1	-0,8	103,9	7,3	-0,5	106,7	1,6			
	May	118,5	14,2	9,8	112,8	13,7	4,9	109,5	5,4	2,3	109,0	2,2			
	Jun	131,0	10,5	13,2	124,6	10,5	9,5	118,9	8,6	10,9	111,8	2,5			
	Jul	118,6	-9,5	1,9	112,6	-9,6	-1,1	103,7	-12,8	-1,0	114,8	2,7			
	Ago	126,5	6,7	13,1	119,0	5,7	8,3	118,2	14,0	9,3	117,8	2,6			
	Sep	114,2	-9,7	15,6	106,6	-10,4	10,5	121,3	2,6	10,8	120,7	2,5			
	Oct	144,7	26,7	31,8	134,3	26,0	26,1	126,9	4,6	23,2	123,6	2,4			
	Nov	130,6	-9,7	28,1	120,0	-10,6	22,0	126,0	-0,7	24,6	126,4	2,3			
	Dic	193,8	48,4	22,2	176,5	47,1	16,1	123,7	-1,8	15,1	129,4	2,3			
<b>2010</b>	Ene	120,7	-37,7	34,8	110,0	-37,7	27,8	127,2	2,8	25,9	132,4	2,3			
	Feb	115,0	-4,7	41,3	104,6	-4,9	33,6	136,5	7,3	33,4	135,4	2,3			
	Mar	141,4	23,0	48,3	128,7	23,0	40,2	139,3	2,0	43,9	138,3	2,1			
	Abr	152,3	7,7	46,8	136,4	6,0	37,5	143,5	3,0	38,1	140,9	1,9			
	May	173,5	13,9	46,4	155,0	13,6	37,4	154,0	7,3	40,6	143,1	1,5			
	Jun	175,0	0,9	33,6	154,9	-0,1	24,3	146,8	-4,7	23,4	144,9	1,3			
	Jul	187,8	7,3	58,3	164,0	5,9	45,6	147,1	0,2	41,8	146,5	1,1			
	Ago	163,8	-12,7	29,5	143,2	-12,7	20,3	146,9	-0,1	24,2	148,3	1,2			
	Sep	151,7	-7,4	32,8	130,9	-8,6	22,8	149,5	1,8	23,3	150,4	1,4			
	Oct	188,2	24,0	30,0	162,0	23,8	20,6	149,8	0,2	18,0	152,8	1,6			
	Nov	170,2	-9,6	30,3	144,9	-10,6	20,8	155,2	3,6	23,2	155,6	1,8			
	Dic	286,3	68,2	47,7	241,2	66,5	36,7	171,8	10,7	38,9	158,7	2,0			
<b>2011</b>	Ene	164,2	-42,6	36,1	137,5	-43,0	25,0	163,4	-4,9	28,4	161,8	2,0			
	Feb	152,1	-7,3	32,3	126,1	-8,3	20,6	163,9	0,3	20,1	164,9	1,9			
	Mar	188,7	24,0	33,4	155,2	23,1	20,6	168,6	2,9	21,1	167,8	1,8			
	Abr	205,6	9,0	35,0	166,3	7,2	21,9	171,6	1,8	19,6	170,6	1,7			
	May	209,5	1,9	20,8	168,4	1,3	8,6	171,1	-0,3	11,1	173,3	1,6			
	Jun	236,4	12,8	35,1	189,3	12,4	22,2	178,6	4,4	21,7	175,9	1,5			
	Jul	257,2	8,8	37,0	203,7	7,6	24,2	178,3	-0,2	21,3	178,4	1,4			
	Ago	201,5	-21,6	23,0	158,8	-22,0	10,9	167,7	-6,0	14,2	180,9	1,4			
	Sep	202,5	0,5	33,5	158,8	0,0	21,3	181,8	8,4	21,6	183,2	1,3			
	Oct	255,2	23,7	33,1	199,0	25,3	22,8	184,4	1,4	23,1	185,3	1,1			
	Nov	228,2	-10,6	34,1	176,3	-11,4	21,7	188,5	2,2	21,5	186,8	0,8			
	Dic	357,8	56,8	25,0	272,7	54,7	13,1	189,0	0,3	10,0	187,7	0,5			
<b>2012</b>	Ene	202,2	-43,5	23,1	154,0	-43,5	12,0	187,2	-1,0	14,6	187,8	0,1			
	Feb	201,2	-0,5	32,2	152,5	-1,0	20,9	192,0	2,6	17,1	187,3	-0,2			
	Mar*	216,2	7,5	14,6	162,5	6,6	4,7	173,2	-9,8	2,7	186,5	-0,4			

**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 2012, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 35 centros de compras. De ellos, 18 se encuentran ubicados en Ciudad de Buenos Aires y los 17 restantes, en 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

En Ciudad de Buenos Aires, 14 de los 18 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 17 centros de compras tienen menos de 100 locales y los 6 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
2011 Febrero	34	10	24	17	4	13	17	6	11
2012 Enero	35	10	25	18	4	14	17	6	11
Febrero	35	10	25	18	4	14	17	6	11

En estos centros de compras, en el mes de febrero de 2012 se encuentran ubicados 2.919 locales, de los cuales el 91,7% está en actividad e informa ventas, mientras que el 1,8% corresponde al rubro Otros (estudios jurídicos, consultorios médicos, etc.) y el 6,4% 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 552.016 m<sup>2</sup>, está en condición de activo con volumen de ventas disponible el 92,1%, el 1,6% corresponde al rubro Otros en tanto que el 6,3% 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
<b>Locales</b>								
2011 Febrero	2.853	2.675	2.622	53	178	168	5	5
2012 Enero	2.919	2.733	2.679	54	186	173	4	9
Febrero	2.919	2.733	2.679	54	186	173	4	9
<b>Area Bruta Locativa</b>								
2011 Febrero	548.323	515.723	507.617	8.106	32.600	29.590	1.652	1.358
2012 Enero	551.718	516.954	508.266	8.688	34.764	31.336	889	2.539
Febrero	552.016	517.152	508.464	8.644	34.864	31.436	889	2.539

Teniendo en cuenta que el grueso de la ocupación que generan los Centros de Compras corresponde a locales comerciales y actividades tercerizadas, se realiza cada año en el mes de julio un relevamiento de la cantidad de personas ocupadas.

Los resultados obtenidos en el mes de julio de 2011 pueden observarse en el cuadro que se presenta a continuación. La ocupación global de los centros de compras se distribuye en locales comerciales (82,7%), administrativos (4,2%), tareas de vigilancia (6,9%), tareas de limpieza (4,4%) y otras tareas (1,8%).

**Cuadro 11.** Cantidad de ocupados en los Centros de Compras. Julio 2011.

Locales activos	Total	Administrativos	Locales comerciales	Vigilancia	Limpieza	Otros
<b>Total</b>	<b>24.549</b>	<b>1.033</b>	<b>20.299</b>	<b>1.695</b>	<b>1.081</b>	<b>441</b>
Ciudad de Buenos Aires	11.102	644	9.016	674	575	193
24 partidos de la prov. de Buenos Aires	13.447	389	11.283	1.021	506	248



En términos de cantidad total de locales, los rubros que tienen la mayor participación son Indumentaria (51%), Patio de comidas (15,5%), Otros y Amoblamientos (8,2%) y Ropa deportiva (5,7%); mientras que el resto no supera el 5%.

En la Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (53,3%), Patio de comidas (16,0%), Amoblamientos (7,2%) y Otros (7%); 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 (14,9%), Otros (9,4%), Amoblamientos (9,2%) y Ropa deportiva (7,4%); el resto no supera el 5%.

**Cuadro 12.** Cantidad de locales activos por rubro según jurisdicción

Grupos de artículos	Cantidad de locales activos		
	2011	2012	
	Febrero	Enero	Febrero
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>	<b>2.622</b>	<b>2.679</b>	<b>2.679</b>
Indumentaria calzado y marroquinería	1.343	1.367	1.367
Ropa y accesorios deportivos	145	151	151
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	218	219	219
Patio de comidas, alimentos y kioscos	395	415	415
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	86	85	85
Juguetería	51	49	49
Librería y papelería	36	39	39
Diversión y esparcimiento	50	52	52
Perfumería y farmacia	83	82	82
Otros	215	220	220
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>	<b>1.305</b>	<b>1.370</b>	<b>1.369</b>
Indumentaria calzado y marroquinería	704	736	735
Ropa y accesorios deportivos	52	55	55
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	95	99	99
Patio de comidas, alimentos y kioscos	204	220	220
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	33	31	31
Juguetería	25	25	25
Librería y Papelería	21	23	23
Diversión y esparcimiento	28	29	29
Perfumería y Farmacia	53	55	55
Otros	90	97	97
<b>24 partidos de la prov. de Buenos Aires.</b>	<b>1.317</b>	<b>1.309</b>	<b>1.310</b>
Indumentaria calzado y marroquinería	639	631	631
Ropa y accesorios deportivos	93	96	97
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	123	120	120
Patio de comidas, alimentos y kioscos	191	195	195
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	53	54	54
Juguetería	26	24	24
Librería y papelería	15	16	16
Diversión y esparcimiento	22	23	23
Perfumería y farmacia	30	27	27
Otros	125	123	123

Teniendo en cuenta la composición por rubro del área bruta locativa total, se observa que la mayor participación corresponde al rubro Indumentaria (31,2%), seguido por Diversión (19,9%), Patio de comidas (13,8%), Otros (9,7%), Amoblamientos (7,8%), Ropa deportiva (7,3%) y Electrónicos (5,6%). En tanto que el resto no supera el 5%.

En Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (36%), Diversión (21%), Patio de comidas (12%), Otros (7,6%), Amoblamientos (6,2%), Ropa deportiva (5,8%) y Electrónicos (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 (27,7%), Diversión (19,1%), Patio de comidas (15%), Otros (11,1%), Amoblamientos (8,9%), Ropa deportiva (8,5%) y Electrónicos (6%), en tanto que el resto no supera el 5%.

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

Grupos de artículos	Metros cuadrados		
	2011	2012	
	Febrero	Enero	Febrero
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>	<b>507.617</b>	<b>508.266</b>	<b>508.464</b>
Indumentaria calzado y marroquinería	159.194	158.901	158.601
Ropa y accesorios deportivos	37.915	36.597	37.286
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	42.105	39.532	39.532
Patio de comidas, alimentos y kioscos	66.863	69.945	69.945
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	32.445	28.682	28.682
Juguetería	7.456	7.045	7.045
Librería y papelería	6.797	7.371	7.180
Diversión y esparcimiento	96.137	101.308	101.308
Perfumería y farmacia	9.802	9.717	9.717
Otros	48.903	49.168	49.168
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>	<b>201.844</b>	<b>214.176</b>	<b>213.998</b>
Indumentaria calzado y marroquinería	74.027	77.316	77.138
Ropa y accesorios deportivos	11.618	12.375	12.375
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	12.825	13.238	13.238
Patio de comidas, alimentos y kioscos	22.421	25.725	25.725
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	11.448	11.149	11.149
Juguetería	2.663	2.589	2.589
Librería y papelería	3.986	4.456	4.456
Diversión y esparcimiento	41.494	44.994	44.994
Perfumería y farmacia	5.748	5.992	5.992
Otros	15.614	16.342	16.342
<b>24 partidos de la prov. de Buenos Aires.</b>	<b>305.773</b>	<b>294.090</b>	<b>294.466</b>
Indumentaria calzado y marroquinería	85.167	81.585	81.463
Ropa y accesorios deportivos	26.297	24.222	24.911
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	29.280	26.294	26.294
Patio de comidas, alimentos y kioscos	44.442	44.220	44.220
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	20.997	17.533	17.533
Juguetería	4.793	4.456	4.456
Librería y papelería	2.811	2.915	2.724
Diversión y esparcimiento	54.643	56.314	56.314
Perfumería y farmacia	4.054	3.725	3.725
Otros	33.289	32.826	32.826

**Cuadro 14.** Ventas promedio por local activo<sup>1</sup> a precios corrientes, por rubro, según jurisdicción

Período	Total	Indumentaria, calzado y marroquinería	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, kioscos y alimentos	Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	Juguetería	Librería y papelería	Diversión y esparcimiento	Perfumaría y farmacia	Otros
en miles de \$											
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>											
2011 Febrero	336,3	255,9	592,1	177,9	290,7	2041,8	213,6	387,4	792,1	300,7	157,0
2012 Enero	437,5	325,2	601,5	204,0	392,5	2829,2	343,2	499,7	1082,2	439,8	272,5
Febrero	435,4	339,0	652,3	206,9	401,5	2626,9	259,9	517,1	1090,5	381,3	218,5
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>											
2011 Febrero	303,6	265,1	616,8	198,8	274,4	1430,9	171,8	322,8	436,2	290,9	185,3
2012 Enero	374,6	316,8	627,7	233,5	355,0	1985,5	286,9	471,4	688,2	427,0	219,4
Febrero	381,7	327,6	682,6	258,8	357,5	1929,2	245,8	491,7	711,1	359,5	229,4
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>											
2011 Febrero	368,8	245,8	578,3	161,8	308,2	2422,2	253,8	478,0	1245,1	318,1	136,6
2012 Enero	503,3	335,1	586,4	179,7	434,8	3313,6	401,8	540,4	1579,0	465,9	314,4
Febrero	491,5	352,2	635,1	164,1	451,1	3027,5	274,5	553,5	1568,9	425,8	209,8

**Cuadro 15.** Ventas promedio por m<sup>2</sup> a precios corrientes, por rubro, según jurisdicción

Período	Total	Indumentaria, calzado y marroquinería	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, kioscos y alimentos	Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	Juguetería	Librería y papelería	Diversión y esparcimiento	Perfumaría y farmacia	Otros
en \$											
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>											
2011 Febrero	1.737	2.159	2.264	921	1.717	5.412	1.461	2.052	412	2.547	690
2012 Enero	2.306	2.798	2.482	1.130	2.329	8.385	2.387	2.644	555	3.711	1.219
Febrero	2.294	2.919	2.659	1.146	2.382	7.785	1.808	2.809	560	3.218	978
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>											
2011 Febrero	1.963	2.521	2.761	1.472	2.496	4.125	1.613	1.700	294	2.682	1.068
2012 Enero	2.396	3.015	2.790	1.746	3.036	5.521	2.771	2.433	444	3.920	1.302
Febrero	2.442	3.121	3.034	1.935	3.058	5.364	2.374	2.538	458	3.299	1.362
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>											
2011 Febrero	1.589	1.844	2.045	680	1.324	6.114	1.377	2.551	501	2.354	513
2012 Enero	2.240	2.592	2.324	820	1.917	10.206	2.164	2.966	645	3.377	1.178
Febrero	2.186	2.728	2.473	749	1.989	9.324	1.479	3.251	641	3.086	786

La concurrencia a las 177 salas cinematográficas en el mes de febrero de 2012 fue de 1.441.370 espectadores. En tanto, el promedio por sala fue 8.143 personas.

En Ciudad de Buenos Aires, la cantidad de salas ascendió a 60 y los espectadores sumaron 621.016, con una cantidad promedio de 10.350 personas por sala.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, la cantidad de salas ascendió a 117, los espectadores fueron 820.354 y el promedio de personas por sala fue 7.012.

**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
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>			
2011 Febrero	167	1.290.152	7.725
2012 Enero	169	1.260.048	7.456
Febrero	177	1.441.370	8.143
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>			
2011 Febrero	50	553.523	11.070
2012 Enero	60	440.479	7.341
Febrero	60	621.016	10.350
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>			
2011 Febrero	117	736.629	6.296
2012 Enero	109	819.569	7.519
Febrero	117	820.354	7.012

En el mes de febrero de 2012, el total de personal dependiente de las administraciones de los centros de compras ascendió a 1.252 personas.

**Cuadro 17.** Cantidad de personal ocupado de las administraciones de los Centros de Compras<sup>1</sup>.

Período	Total del Gran Buenos Aires	Ciudad de Buenos Aires	24 partidos de la provincia de Buenos Aires
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>			
2011 Febrero	1.236	812	424
2012 Enero	1.291	839	452
Febrero	1.252	797	455

<sup>1</sup> 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 \$134,8 millones, correspondiendo \$74,1 millones a Ciudad de Buenos Aires y \$60,7 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
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>		en miles de \$	
2011 Febrero	88.930	47.017	41.913
2012 Enero	130.377	67.034	63.343
Febrero	134.750	74.074	60.676

## 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)<sub>12</sub>
- Ajuste de efecto por días de actividad (efecto trading days que considera el día de la semana en que cae el 1 de mayo (a partir de 1999) , el 25 de diciembre y el 1 de enero)
- Ajuste de efecto pascuas con 1 día de impacto gradual
- Ajuste de variación por outliers

## Estimación de la Tendencia - Ciclo

La tendencia ciclo se estima utilizando la metodología recomendada por la Dra. Estela Dagum. Esta consiste esencialmente en un suavizado especial de la serie desestacionalizada obtenida mediante un post procesamiento utilizando opciones específicas. Dichas opciones son:

- Extensión de la serie desestacionalizada modificada por valores extremos con el modelo Arima log (011) (001)<sub>12</sub>
- 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