



Buenos Aires, 27 de abril de 2015

Encuesta de Centros de Compras

Marzo de 2015

En el mes de marzo de 2015, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 37 centros de compras. De ellos, 19 se encuentran ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y los 18 restantes, en el conurbano bonaerense.

Ventas a precios corrientes con estacionalidad

Las ventas a precios corrientes en marzo de 2015 alcanzaron los \$2.816,0 millones, lo que significa un incremento de 21,1% respecto al mismo mes del año anterior y de 11,8% respecto a febrero.

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
2013	24.519,8	///	29,1	///
2014	32.504,7	///	32,6	///
2014 Mar	2.326,1	27,7	32,7	35,4
2015 Feb	2.517,8	-3,3	38,2	35,6
Mar*	2.816,0	11,8	21,1	30,1

Ventas a precios constantes

Las ventas a precios constantes totalizaron \$2.519,9 millones lo que resulta una variación positiva de 10,7% con respecto al mes anterior.

Cuadro 2. Evolución de las ventas a precios constantes¹, variaciones porcentuales

Período	Ventas en millones de pesos	Variación porcentual
		Mes anterior
2014 Mar	2.347,1	///
Abr	2.335,3	-0,5
May	2.516,3	7,7
Jun	2.821,8	12,1
Jul	2.603,1	-7,8
Ago	2.572,7	-1,2
Sep	2.376,2	-7,6
Oct	2.967,4	24,9
Nov	2.661,7	-10,3
Dic	4.204,0	57,9
2015 Ene	2.361,6	-43,8
Feb	2.276,6	-3,6
Mar*	2.519,9	10,7

¹Los valores a precios constantes se calculan utilizando el Índice de Precios al Consumidor Nacional urbano. Dado que a partir de Octubre de 2014 cambió su base a octubre 2013-septiembre 2014, la serie de valores constantes presenta modificaciones, manteniendo como corresponde las variaciones de la serie anterior.

Serie de ventas a precios corrientes
Análisis de los resultados de febrero de 2015

En el mes de febrero de 2015, las ventas totales de los 37 centros de compras ubicados en Ciudad de Buenos Aires y en 24 partidos de la provincia de Buenos Aires sumaron \$2.517,8 millones, lo que representa un aumento de 38,2% respecto al mismo mes del año anterior.

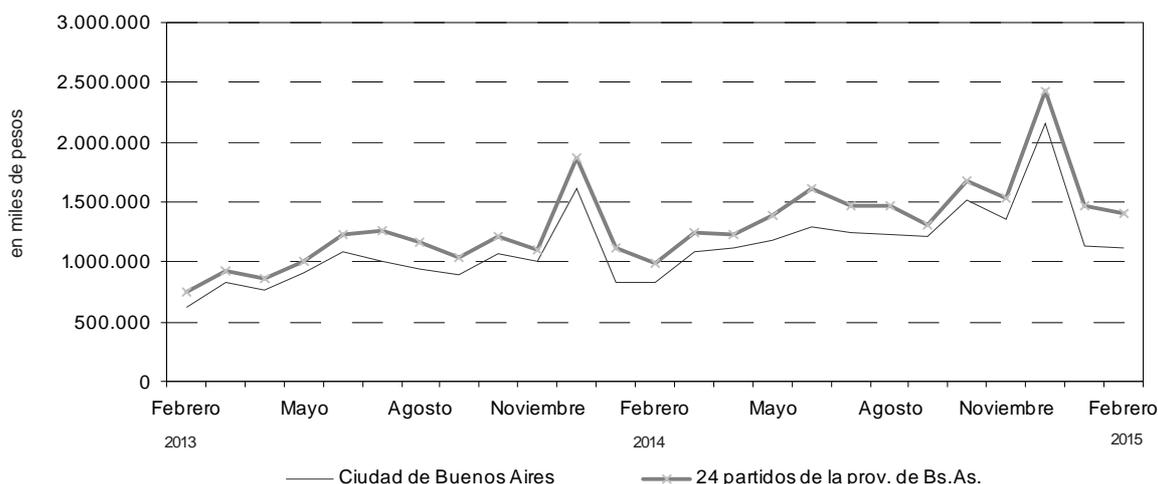
En Ciudad de Buenos Aires, las ventas del mes de febrero de 2015 aumentaron 35,5% respecto al mismo mes del año anterior.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, las ventas del mes de febrero de 2015 aumentaron 40,4% 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		
	2014	2015		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 Buenos Aires	1.822.235	2.602.723	2.517.758	-3,3	38,2	35,6
Ciudad de Buenos Aires	826.522	1.132.093	1.119.946	-1,1	35,5	35,5
24 partidos de la provincia de Buenos Aires	995.713	1.470.630	1.397.812	-5,0	40,4	35,8

Gráfico 1. 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 2015 con las del mismo mes del año anterior, se observa que los rubros con mayor incremento fueron Otros (123,7%), Ropa deportiva (65,9%), Diversión y esparcimiento (59,6%), Electrónicos (50,4%), Amoblamientos (47,3%) y Patio de comidas (43,9%). En Ciudad de Buenos Aires, los rubros que en el mes de febrero de 2015 registraron las variaciones más altas respecto al mismo mes del año anterior fueron Ropa deportiva (73,8%), Otros (45,3%), Diversión y esparcimiento (38,6%), Indumentaria (35,5%) y Amoblamientos (31,9%).

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, las mayores variaciones en el mes de febrero de 2015 respecto al mismo mes del año anterior corresponden a Otros (225%), Amoblamientos (81,1%), Diversión y esparcimiento (69,4%), Electrónicos (65,4%), Ropa deportiva (60,7%) y Patio de comidas (58,6%).

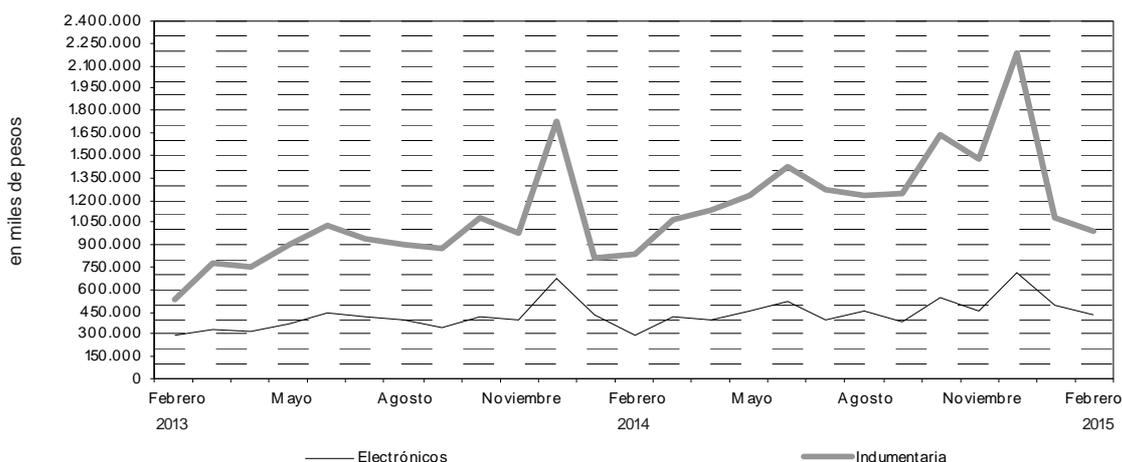
Cuadro 4. Evolución de las ventas a precios corrientes, por rubros, según jurisdicción. Variaciones porcentuales

Grupos de artículos	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual		
	2014	2015		Mes anterior	Igual período año anterior	Del acumulado desde enero del año respecto a igual período año anterior
	Febrero	Enero	Febrero			
Total del Gran Buenos Aires	1.822.235	2.602.723	2.517.758	-3,3	38,2	35,6
Indumentaria calzado y marroquinería	838.933	1.076.596	990.154	-8,0	18,0	25,5
Ropa y accesorios deportivos	131.989	195.621	218.944	11,9	65,9	65,5
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	56.559	78.896	83.295	5,6	47,3	43,5
Patio de comidas, alimentos y kioscos	225.821	339.726	324.897	-4,4	43,9	42,9
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	285.982	489.129	430.098	-12,1	50,4	28,6
Juguetería	22.267	31.993	23.303	-27,2	4,7	12,7
Librería y papelería	27.777	38.272	36.800	-3,8	32,5	36,3
Diversión y esparcimiento	91.235	155.404	145.612	-6,3	59,6	51,7
Perfumería y Farmacia	53.767	70.911	68.039	-4,1	26,5	25,9
Otros	87.905	126.175	196.616	55,8	123,7	87,2
Ciudad de Buenos Aires	826.522	1.132.093	1.119.946	-1,1	35,5	35,5
Indumentaria calzado y marroquinería	389.117	523.523	527.407	0,7	35,5	38,8
Ropa y accesorios deportivos	52.263	83.024	90.825	9,4	73,8	74,0
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	38.854	48.021	51.230	6,7	31,9	33,3
Patio de comidas, alimentos y kioscos	116.420	155.614	151.399	-2,7	30,0	30,4
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	94.412	127.851	113.313	-11,4	20,0	12,8
Juguetería	8.568	14.826	10.907	-26,4	27,3	33,7
Librería y papelería	17.392	20.782	20.890	0,5	20,1	20,4
Diversión y esparcimiento	29.080	40.696	40.313	-0,9	38,6	26,8
Perfumería y Farmacia	30.833	44.275	41.611	-6,0	35,0	29,7
Otros	49.583	73.481	72.051	-1,9	45,3	49,3
24 partidos de la prov. de Buenos Aires	995.713	1.470.630	1.397.812	-5,0	40,4	35,8
Indumentaria calzado y marroquinería	449.816	553.073	462.747	-16,3	2,9	14,2
Ropa y accesorios deportivos	79.726	112.597	128.119	13,8	60,7	59,8
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	17.705	30.875	32.065	3,9	81,1	63,1
Patio de comidas, alimentos y kioscos	109.401	184.112	173.498	-5,8	58,6	55,7
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	191.570	361.278	316.785	-12,3	65,4	35,4
Juguetería	13.699	17.167	12.396	-27,8	-9,5	-0,9
Librería y papelería	10.385	17.490	15.910	-9,0	53,2	63,1
Diversión y esparcimiento	62.155	114.708	105.299	-8,2	69,4	63,6
Perfumería y Farmacia	22.934	26.636	26.428	-0,8	15,2	20,2
Otros	38.322	52.694	124.565	136,4	225,0	136,5

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

Grupos de artículos	Composición porcentual de las ventas		
	2014	2015	
	Febrero	Enero	Febrero
Total del Gran Buenos Aires	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	46,0	41,4	39,3
Ropa y accesorios deportivos	7,2	7,5	8,7
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	3,1	3,0	3,3
Patio de comidas, alimentos y kioscos	12,4	13,1	12,9
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	15,7	18,8	17,1
Juguetería	1,2	1,2	0,9
Librería y papelería	1,5	1,5	1,5
Diversión y esparcimiento	5,0	6,0	5,8
Perfumería y farmacia	3,0	2,7	2,7
Otros	4,8	4,8	7,8
Ciudad de Buenos Aires	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	47,1	46,2	47,1
Ropa y accesorios deportivos	6,3	7,3	8,1
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	4,7	4,2	4,6
Patio de comidas, alimentos y kioscos	14,1	13,7	13,5
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	11,4	11,3	10,1
Juguetería	1,0	1,3	1,0
Librería y papelería	2,1	1,8	1,9
Diversión y esparcimiento	3,5	3,6	3,6
Perfumería y farmacia	3,7	3,9	3,7
Otros	6,0	6,5	6,4
24 partidos de la provincia de Buenos Aires.	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	45,2	37,6	33,1
Ropa y accesorios deportivos	8,0	7,7	9,2
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	1,8	2,1	2,3
Patio de comidas, alimentos y kioscos	11,0	12,5	12,4
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	19,2	24,6	22,7
Juguetería	1,4	1,2	0,9
Librería y papelería	1,0	1,2	1,1
Diversión y esparcimiento	6,2	7,8	7,5
Perfumería y farmacia	2,3	1,8	1,9
Otros	3,8	3,6	8,9

Gráfico 2. Evolución de las ventas a precios corrientes de los principales rubros



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.

Los índices de precios de los Centros de Compra se elaboran a partir de la información recolectada del operativo de Índice de Precios al Consumidor. En consecuencia, dado que a partir de octubre de 2014 está vigente el Índice de Precios al consumidor Nacional urbano base oct2013-sep2014=100, se presenta la serie tomando la nueva base.

Cuadro 6. Evolución del índice de precios implícitos de la Encuesta de Centros de compras base oct2013-sep2014=100

Período		
2014	Mar	99,1
	Abr	100,5
	May	101,9
	Jun	102,8
	Jul	104,3
	Ago	104,9
	Sep	106,6
	Oct	107,9
	Nov	108,3
	Dic	108,8
2015	Ene	110,2
	Feb	110,6
	Mar*	111,8

Cuadro 7. Índice de Ventas a precios corrientes y constantes de la Encuesta de Centro de Compras base oct2013-sep2014 =100

Período	Precios Corrientes		Precios Constantes		
	Variación				
		Mensual		Mensual	
2014	Mar	93,9	///	94,8	///
	Abr	94,8	0,9	94,3	-0,5
	May	103,5	9,2	101,6	7,7
	Jun	117,1	13,2	113,9	12,1
	Jul	109,6	-6,4	105,1	-7,8
	Ago	108,9	-0,7	103,9	-1,2
	Sep	102,3	-6,1	95,9	-7,6
	Oct	129,1	26,2	119,8	24,9
	Nov	116,3	-9,9	107,5	-10,3
	Dic	184,6	58,7	169,7	57,9
2015	Ene	105,5	-43,1	95,3	-43,8
	Feb	101,7	-3,3	91,9	-3,6
	Mar*	113,7	11,8	101,7	10,7

En el mes de febrero de 2015, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 37 centros de compras. De ellos, 19 se encuentran ubicados en Ciudad de Buenos Aires y los 18 restantes, en 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

En Ciudad de Buenos Aires, 15 de los 19 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, 12 de los 18 centros de compras tienen menos de 100 locales y los 6 restantes, más de 100 locales.

Cuadro 8. 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
2014 Febrero	36	10	26	18	4	14	18	6	12
2015 Enero	37	10	27	19	4	15	18	6	12
Febrero	37	10	27	19	4	15	18	6	12

En estos centros de compras, en el mes de febrero de 2015 se encuentran ubicados 3.006 locales, de los cuales el 92,2% está en actividad e informa ventas, mientras que el 2,7% corresponde al rubro Otros (estudios jurídicos, consultorios médicos, etc.) y el 5,1% permanece inactivo ya sea por estar disponible para alquilar, hallarse en reforma u otros motivos.

Una situación similar se observa al analizar el área bruta locativa. En efecto, de un total de 554.858m², está en condición de activo con volumen de ventas disponible el 95,4%, el 1,9% corresponde al rubro Otros en tanto que el 2,7% está inactivo mayormente por reformas o por destinarse a alquilar.

Cuadro 9. 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								
2014 Febrero	2.910	2.729	2.688	41	181	158	13	10
2015 Enero	3.006	2.861	2.779	82	145	103	6	36
Febrero	3.006	2.855	2.773	82	151	106	8	37
Area Bruta Locativa								
2014 Febrero	559.369	527.322	521.479	5.843	32.047	28.916	2.116	1.015
2015 Enero	554.858	540.418	530.007	10.411	14.440	10.714	637	3.089
Febrero	554.858	539.942	529.531	10.411	14.916	11.071	703	3.142

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 2014 pueden observarse en el cuadro que se presenta a continuación.

La ocupación global de los centros de compras se distribuye en locales comerciales (65,5%), administrativos (26,6%), tareas de vigilancia (3,9%), tareas de limpieza (3,5%) y otras tareas (0,5%).

Cuadro 11. Cantidad de ocupados en los Centros de Compras. Julio 2014.

Locales activos	Total	Administrativos	Locales comerciales	Vigilancia	Limpieza	Otros
Total	28.369	7.545	18.574	1.121	986	143
Ciudad de Buenos Aires	14.396	1.539	11.756	489	507	105
24 partidos de la prov. De Buenos Aires	13.973	6.006	6.818	632	479	38

En términos de cantidad total de locales, los rubros que en el mes de febrero de 2015 tienen la mayor participación son Indumentaria (54,6%), Patio de comidas (15,5%), Otros (7,7%) y Amoblamientos (6,8%); en tanto que el resto no supera el 5%

En la Ciudad de Buenos Aires, los rubros que en el mes de febrero de 2015 tienen mayor participación son Indumentaria (58,3%), Patio de comidas (14,8%), Amoblamientos (6,7%) y Otros (6,2%); mientras que el resto no supera el 5%.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, los rubros que en el mes de febrero de 2015 tienen mayor participación son Indumentaria (50,7%), Patio de comidas (16,3%), Otros (9,3%), Amoblamientos (6,8%) y Ropa deportiva (5,4%); en tanto que el resto no supera el 5%.

Cuadro 10. Cantidad de locales activos por rubro según jurisdicción

Grupos de artículos	Cantidad de locales activos		
	2014	2015	
	Febrero	Enero	Febrero
Total del Gran Buenos Aires	2.688	2.779	2.773
Indumentaria calzado y marroquinería	1.374	1.516	1.514
Ropa y accesorios deportivos	163	121	121
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	213	189	188
Patio de comidas, alimentos y kioscos	408	430	430
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	98	93	91
Juguetería	49	54	53
Librería y papelería	39	38	38
Diversión y esparcimiento	50	46	46
Perfumería y farmacia	83	78	78
Otros	211	214	214
Ciudad de Buenos Aires	1.329	1.416	1.413
Indumentaria calzado y marroquinería	723	825	824
Ropa y accesorios deportivos	57	47	47
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	98	96	95
Patio de comidas, alimentos y kioscos	210	208	209
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	29	38	37
Juguetería	23	27	26
Librería y Papelería	22	20	20
Diversión y esparcimiento	24	21	21
Perfumería y Farmacia	55	47	47
Otros	88	87	87
24 partidos de la prov. de Buenos Aires.	1.359	1.363	1.360
Indumentaria calzado y marroquinería	651	691	690
Ropa y accesorios deportivos	106	74	74
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	115	93	93
Patio de comidas, alimentos y kioscos	198	222	221
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	69	55	54
Juguetería	26	27	27
Librería y papelería	17	18	18
Diversión y esparcimiento	26	25	25
Perfumería y farmacia	28	31	31
Otros	123	127	127

Teniendo en cuenta la composición por rubro del área bruta locativa total, se observa que la mayor participación corresponde al rubro Indumentaria (32,7%), seguido por Diversión (18,4%), Otros (12,2%), Patio de comidas (10,9%), Ropa deportiva (8,3%), Amoblamientos (6,9%) y Electrónicos (6,3%); en tanto que el resto no supera el 5%.

En Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (40%), Diversión (17%), Patio de comidas (12,8%), Otros (8,8%), Ropa deportiva (6,7%) y Amoblamientos (5,5%); 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 (27,3%), Diversión (19,5%), Otros (14,8%), Patio de comidas (9,5%), Ropa deportiva (9,4%), Electrónicos (8%) y Amoblamientos (7,9%); en tanto que el resto no supera el 5%.

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

Grupos de artículos	Metros cuadrados		
	2014	2015	
	Febrero	Enero	Febrero
Total del Gran Buenos Aires	521.479	530.007	529.531
Indumentaria calzado y marroquinería	161.817	173.349	173.300
Ropa y accesorios deportivos	42.219	43.702	43.702
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	39.674	36.354	36.299
Patio de comidas, alimentos y kioscos	69.584	57.952	57.726
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	31.470	33.274	33.167
Juguetería	7.211	8.333	8.294
Librería y papelería	6.857	6.199	6.199
Diversión y esparcimiento	103.685	97.400	97.400
Perfumería y farmacia	9.533	8.708	8.708
Otros	49.429	64.736	64.736
Ciudad de Buenos Aires	208.984	227.076	227.001
Indumentaria calzado y marroquinería	76.793	90.788	90.824
Ropa y accesorios deportivos	12.865	15.172	15.172
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	13.087	12.582	12.527
Patio de comidas, alimentos y kioscos	25.435	28.947	28.991
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	9.081	9.140	9.079
Juguetería	2.440	3.378	3.339
Librería y papelería	4.241	3.429	3.429
Diversión y esparcimiento	38.417	38.496	38.496
Perfumería y farmacia	5.740	5.107	5.107
Otros	20.885	20.037	20.037
24 partidos de la prov. de Buenos Aires	312.495	302.931	302.530
Indumentaria calzado y marroquinería	85.024	82.561	82.476
Ropa y accesorios deportivos	29.354	28.530	28.530
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	26.587	23.772	23.772
Patio de comidas, alimentos y kioscos	44.149	29.005	28.735
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	22.389	24.134	24.088
Juguetería	4.771	4.955	4.955
Librería y papelería	2.616	2.770	2.770
Diversión y esparcimiento	65.268	58.904	58.904
Perfumería y farmacia	3.793	3.601	3.601
Otros	28.544	44.699	44.699

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
en miles de \$											
Total del Gran Buenos Aires											
2014 Febrero	677,9	610,6	809,7	265,5	553,5	2.918,2	454,4	712,2	1.824,7	647,8	416,6
2015 Enero	936,6	710,2	1.616,7	417,4	790,1	5.259,5	592,5	1.007,2	3.378,3	909,1	589,6
Febrero	908,0	654,0	1.809,5	443,1	755,6	4.726,4	439,7	968,4	3.165,5	872,3	918,8
Ciudad de Buenos Aires											
2014 Febrero	621,9	538,2	916,9	396,5	554,4	3.255,6	372,5	790,5	1.211,7	560,6	563,4
2015 Enero	799,5	634,6	1.766,5	500,2	748,1	3.364,5	549,1	1.039,1	1.937,9	942,0	844,6
Febrero	792,6	640,1	1.932,4	539,3	724,4	3.062,5	419,5	1.044,5	1.919,7	885,3	828,2
24 partidos de la provincia de Buenos Aires											
2014 Febrero	732,7	691,0	752,1	154,0	552,5	2.776,4	526,9	610,9	2.390,6	819,1	311,6
2015 Enero	1.079,0	800,4	1.521,6	332,0	829,3	6.568,7	635,8	971,7	4.588,3	859,2	414,9
Febrero	1.027,8	670,6	1.731,3	344,8	785,1	5.866,4	459,1	883,9	4.212,0	852,5	980,8

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
en \$											
Total del Gran Buenos Aires											
2014 Febrero	3.494	5.184	3.126	1.426	3.245	9.087	3.088	4.051	880	5.640	1.778
2015 Enero	4.911	6.211	4.476	2.170	5.862	14.700	3.839	6.174	1.596	8.143	1.949
Febrero	4.755	5.714	5.010	2.295	5.628	12.968	2.810	5.936	1.495	7.813	3.037
Ciudad de Buenos Aires											
2014 Febrero	3.955	5.067	4.062	2.969	4.577	10.397	3.511	4.101	757	5.372	2.374
2015 Enero	4.986	5.766	5.472	3.817	5.376	13.988	4.389	6.061	1.057	8.669	3.667
Febrero	4.934	5.807	5.986	4.090	5.222	12.481	3.267	6.092	1.047	8.148	3.596
24 partidos de la provincia de Buenos Aires											
2014 Febrero	3.186	5.290	2.716	666	2.478	8.556	2.871	3.970	952	6.046	1.343
2015 Enero	4.855	6.699	3.947	1.299	6.348	14.970	3.465	6.314	1.947	7.397	1.179
Febrero	4.620	5.611	4.491	1.349	6.038	13.151	2.502	5.744	1.788	7.339	2.787

La concurrencia a las 188 salas cinematográficas en el mes de febrero de 2015 fue de 1.406.798 espectadores. En tanto, el promedio por sala fue 7.483 personas.

En Ciudad de Buenos Aires, la cantidad de salas ascendió a 60 y los espectadores sumaron 511.391, con una cantidad promedio de 8.523 personas por sala.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, la cantidad de salas ascendió a 128, los espectadores fueron 895.407 y el promedio de personas por sala fue 6.995.

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			
2014 Febrero	188	1.264.820	6.728
2015 Enero	188	1.305.571	6.945
Febrero	188	1.406.798	7.483
Ciudad de Buenos Aires			
2014 Febrero	60	527.158	8.786
2015 Enero	60	583.241	9.721
Febrero	60	511.391	8.523
24 partidos de la provincia de Buenos Aires			
2014 Febrero	128	737.662	5.763
2015 Enero	128	722.330	5.643
Febrero	128	895.407	6.995

En el mes de febrero de 2015, el total del personal dependiente de las administraciones de los centros de compras es de 1.225 personas.

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			
2014 Febrero	1.166	728	438
2015 Enero	1.126	736	390
Febrero	1.225	777	448

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 \$230,3 millones, correspondiendo \$115,2 millones a Ciudad de Buenos Aires y \$115,1 millones a 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

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 \$	
2014 Febrero	209.223	93.766	115.457
2015 Enero	293.079	115.401	177.678
Febrero	230.305	115.174	115.131

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/Descripci3n%20de%20la%20Construcci3n%20de%20los%203ndices).

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 oct2013-sep2014=100.

Cuadro 7

- **Cálculo de la serie a Precios Corrientes.** La serie utiliza como base la facturación promedio del período oct2013-sep2014=100.

- **Cálculo de la serie a Precios Constantes.** La serie se calcula dividiendo la facturación de cada mes a precios promedio del período oct2013-sep2014=100 por la facturación del período base.

Acerca de la desestacionalización del Índice de Centros de Compras

Tal como se mencionó en la página 5, dado que hasta el mes de diciembre de 2013 los índices de centros de compras eran construidos a partir de ponderadores y deflatores provenientes del IPC-GBA base abril 2008=100 y que a partir del presente comunicado estas ponderaciones y deflatores surgen del IPCNU base oct2013-sep2014=100, aparece una inevitable discontinuidad en la serie, que se deriva de la no comparabilidad entre los índices de precios mencionados, que impide el empalme de la misma.

Esto hace que la serie de Índices de Centros de Compras desestacionalizada se vea discontinuada ya que son necesarios 5 años de datos mensuales para la desestacionalización de series económicas.

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