



Encuesta de CENTROS DE COMPRAS (Shopping Centers)

ABRIL 2006

En el mes de abril de 2006 la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 29 centros de compras. De ellos, 14 se encuentran ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y los 15 restantes en los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires

- Ventas a precios constantes desestacionalizadas:

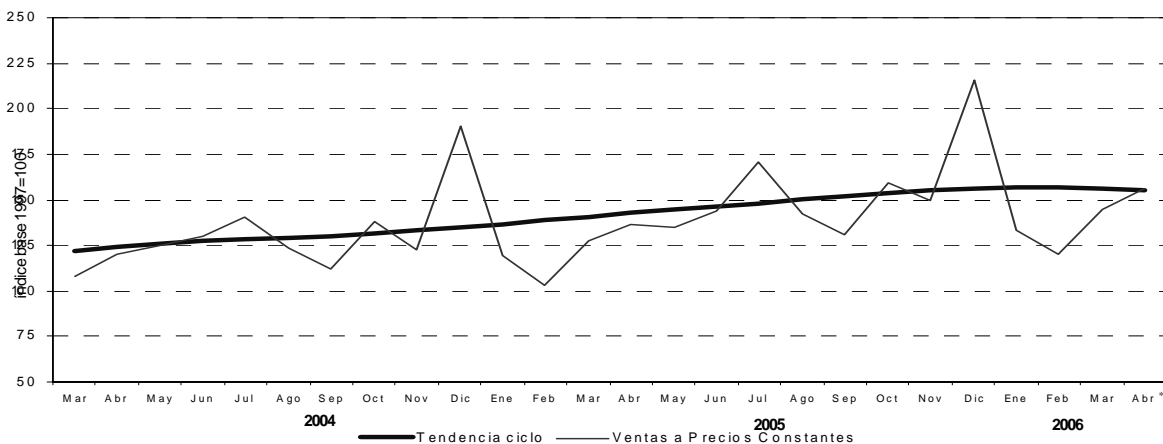
Las ventas desestacionalizadas a precios constantes disminuyeron 2,3% con respecto a marzo de 2006. La evolución interanual registró una variación positiva de 6,4%.

La tendencia ciclo registró una baja de 0,4% con relación al mes anterior.

Cuadro 1. Ventas a precios constantes. Series desestacionalizada y tendencia ciclo Variaciones porcentuales

Período	Variación porcentual		
	respecto al período anterior	Tendencia Ciclo	respecto a igual período del año anterior
2005 Abril	7,8	1,3	15,3
2006 Marzo	-0,9	-0,3	17,4
Abril*	-2,3	-0,4	6,4

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



- Ventas a precios corrientes con estacionalidad:

En abril de 2006, las ventas a precios corrientes alcanzaron \$383,3 millones de pesos, lo cual representa un incremento de 28,2% con respecto a abril de 2005 y un aumento del 12,2% con relación a marzo de 2006.

Por otra parte, las ventas totales a precios corrientes del primer cuatrimestre del año 2006 aumentaron 26,7% con respecto a las ventas totales del primer cuatrimestre del año 2005.

Cuadro 2. Evolución de las ventas a precios corrientes. Variaciones porcentuales

Período	Ventas a precios corrientes en millones de pesos	Variación porcentual		
		respecto al período anterior	respecto a igual período del año anterior	del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período del año anterior
2004	2.975,9	33,6	///	///
2005	3.814,0	28,2	///	///
2005 Abril	271,5	29,1	31,6	28,6
2006 Marzo	341,6	25,5	25,8	26,1
Abril*	383,3	12,2	28,2	26,7

SERIE DE VENTAS A PRECIOS CORRIENTES SIN DESESTACIONALIZAR

Análisis de los resultados de Marzo de 2006

En el mes de marzo de 2006 las ventas totales de los 29 centros de compras ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y en los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires alcanzaron a \$ 341,6 millones. Esto representa un aumento de 25,5% respecto a febrero de 2006 y un incremento de 25,8% respecto a marzo de 2005. El primer trimestre de 2006 registró un aumento de 26,1% respecto al primer trimestre de 2005. Para la Ciudad de Buenos Aires esta relación es de 31,0% y para los

24 partidos de la provincia de Buenos Aires es de 21,6%

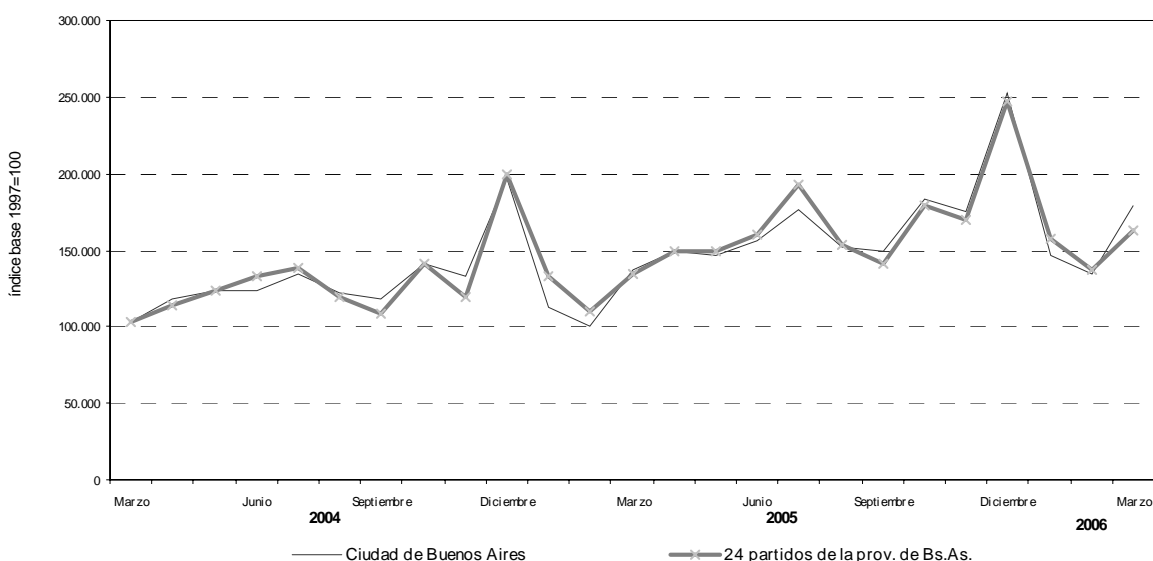
En la Ciudad de Buenos Aires las ventas de marzo respecto a febrero de 2006 aumentaron un 32,8%, en tanto que para el mismo mes del año 2005 el aumento es de 30,4%.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, las ventas subieron un 18,3%, respecto a febrero de 2006, mientras que para igual mes del año anterior estas aumentan un 21,1%.

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

Jurisdicción	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual		
	2005	2006		respecto al período anterior	respecto a igual período del año anterior	del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período del año anterior
	Marzo	Febrero	Marzo			
Total del Gran Bs.As.	271.539	272.197	341.562	25,5	25,8	26,1
Ciudad de Buenos Aires	137.165	134.643	178.862	32,8	30,4	31,0
24 partidos de la prov. de Bs.As.	134.374	137.554	162.700	18,3	21,1	21,6

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



Signos convencionales

- * Dato provisorio
- Dato igual a cero
- Dato infimo, menos de la mitad del último dígito mostrado
- . Dato no registrado
- ... Dato no disponible a la fecha de presentación de los resultados
- /// Dato que no corresponde presentar debido a la naturaleza de las cosas o del cálculo
- s Dato confidencial por aplicación de las reglas del secreto estadístico
- e Dato estimado por extrapolación, proyección o imputación

Nota: por razones operativas no se incluye la actividad de los "stands" y góndolas. No se consideran las ventas de los supermercados ubicados en los Centros de Compras por cuanto su actividad se releva en la Encuesta de Supermercados del INDEC.

Los totales por suma pueden no coincidir por los redondeos en las cifras parciales.

Los locales activos con volumen de ventas disponible son aquellos que proporcionan a la administración central del Centro de Compras, o en su defecto al INDEC directamente, la información referida al monto total de las ventas correspondientes al mes de referencia.

El área bruta locativa comprende el total del área diseñada para ocupación del locatario.

Si se comparan las ventas totales a precios corrientes de marzo de 2006 con relación a febrero de 2006 se observan aumentos en las ventas de Ropa deportiva (38,4%); Indumentaria (36,8%); Amoblamiento (29,3%); Farmacia (19,7%); Librería (18,7%); Juguetería (13,4%); Electrónicos (12,1%); Otros (11,0%); Patio de comidas (8,9%) y Diversión (1,4%).

Por otra parte, si se tiene en cuenta la variación interanual de marzo de 2006 se observa una variación positiva en cada uno de

los rubros, siendo las más significativas Ropa deportiva con un 34,2% seguido por Electrónicos con un 34,1% y Otros con un 33,8%,

El primer trimestre de 2006 registró un aumento de 26,1% respecto al primer trimestre del año anterior. Los rubros que aumentaron más son Electrónicos (33,8%); Ropa deportiva (31,0%); y Patio de comidas (30,3%).

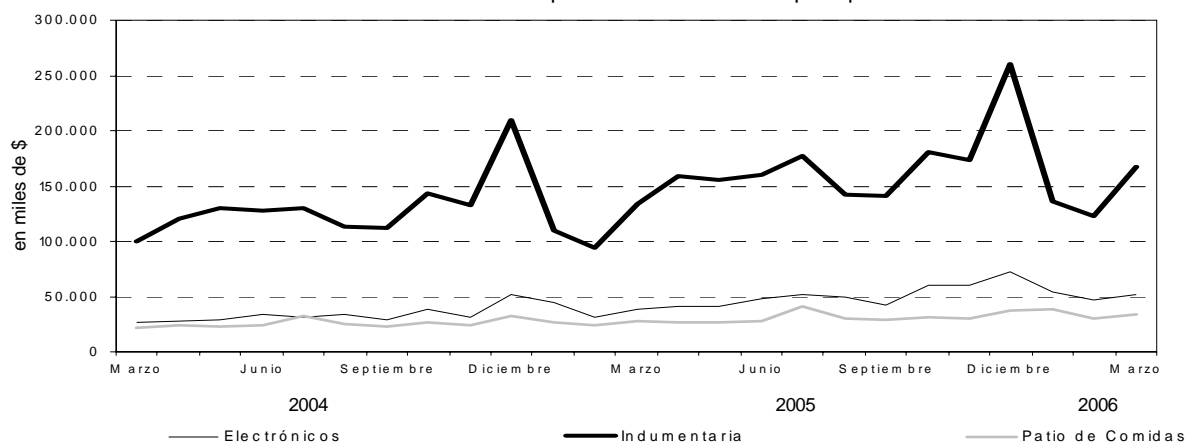
Cuadro 4. Evolución de las ventas a precios corrientes, por rubros, según jurisdicción. Variaciones porcentuales.

Grupos de artículos	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual		
	2005	2006		respecto al período anterior	respecto a igual período del año anterior	del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período del año anterior
	Marzo	Febrero	Marzo			
Total del Gran Bs.As.	271.539	272.197	341.562	25,5	25,8	26,1
Indumentaria calzado y marroquinería	134.297	122.642	167.804	36,8	24,9	26,3
Ropa y accesorios deportivos	18.551	17.988	24.903	38,4	34,2	31,0
Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	16.786	15.435	19.954	29,3	18,9	8,2
Patio de comidas, alimentos y kioscos	27.168	30.719	33.446	8,9	23,1	30,3
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	38.781	46.407	52.023	12,1	34,1	33,8
Juguetería	3.168	3.081	3.493	13,4	10,3	23,9
Librería y Papelería	5.363	5.207	6.182	18,7	15,3	18,9
Diversión y esparcimiento	8.669	10.337	10.480	1,4	20,9	12,8
Perfumería y Farmacia	8.103	7.535	9.020	19,7	11,3	12,4
Otros	10.653	12.846	14.257	11,0	33,8	29,9
Ciudad de Buenos Aires	137.165	134.643	178.862	32,8	30,4	31,0
Indumentaria calzado y marroquinería	77.200	70.583	100.552	42,5	30,2	31,7
Ropa y accesorios deportivos	7.094	7.407	10.618	43,4	49,7	32,0
Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	9.525	8.097	11.009	36,0	15,6	31,5
Patio de comidas, alimentos y kioscos	14.176	15.602	16.934	8,5	19,5	31,1
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	11.923	13.838	17.760	28,3	49,0	31,6
Juguetería	1.413	1.297	1.522	17,3	7,7	31,5
Librería y Papelería	3.150	3.112	3.626	16,5	15,1	31,4
Diversión y esparcimiento	2.667	3.247	3.115	-4,1	16,8	31,3
Perfumería y Farmacia	4.589	4.820	6.085	26,2	32,6	31,0
Otros	5.428	6.640	7.641	15,1	40,8	31,0
24 partidos de la prov. de Bs.As.	134.374	137.554	162.700	18,3	21,1	21,6
Indumentaria calzado y marroquinería	57.097	52.059	67.252	29,2	17,8	20,6
Ropa y accesorios deportivos	11.457	10.581	14.285	35,0	24,7	20,7
Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	7.261	7.338	8.945	21,9	23,2	20,6
Patio de comidas, alimentos y kioscos	12.992	15.117	16.512	9,2	27,1	21,0
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	26.858	32.569	34.263	5,2	27,6	22,1
Juguetería	1.755	1.784	1.971	10,5	12,3	22,0
Librería y Papelería	2.213	2.095	2.556	22,0	15,5	22,0
Diversión y esparcimiento	6.002	7.090	7.365	3,9	22,7	21,6
Perfumería y Farmacia	3.514	2.715	2.935	8,1	-16,5	21,4
Otros	5.225	6.206	6.616	6,6	26,6	21,6

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

Grupos de artículos	Composición porcentual de las ventas		
	2005		2006
	Marzo	Febrero	Marzo
Total del Gran Bs.As.	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	49,5	45,1	49,1
Ropa y accesorios deportivos	6,8	6,6	7,3
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	6,2	5,7	5,8
Patio de comidas, alimentos y kioscos	10,0	11,3	9,8
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	14,3	17,0	15,2
Juguetería	1,2	1,1	1,0
Librería y Papelería	2,0	1,9	1,8
Diversión y esparcimiento	3,2	3,8	3,1
Perfumería y Farmacia	3,0	2,8	2,6
Otros	3,9	4,7	4,2
Ciudad de Buenos Aires	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	56,3	52,4	56,2
Ropa y accesorios deportivos	5,2	5,5	5,9
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	6,9	6,0	6,2
Patio de comidas, alimentos y kioscos	10,3	11,6	9,5
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	8,7	10,3	9,9
Juguetería	1,0	1,0	0,9
Librería y Papelería	2,3	2,3	2,0
Diversión y esparcimiento	1,9	2,4	1,7
Perfumería y Farmacia	3,3	3,6	3,4
Otros	4,0	4,9	4,3
24 partidos de la prov. de Bs.As.	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	42,5	37,8	41,3
Ropa y accesorios deportivos	8,5	7,7	8,8
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	5,4	5,3	5,5
Patio de comidas, alimentos y kioscos	9,7	11,0	10,1
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	20,0	23,7	21,1
Juguetería	1,3	1,3	1,2
Librería y Papelería	1,6	1,5	1,6
Diversión y esparcimiento	4,5	5,2	4,5
Perfumería y Farmacia	2,6	2,0	1,8
Otros	3,9	4,5	4,1

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



En el mes de marzo de 2006 la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 29 centros de compras. De ellos, 14 se encuentran ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y los 15 restantes en los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

En la Ciudad de Buenos Aires 9 de los 14 Centros de

compras tienen menos de 100 locales y los 5 restantes tienen más de 100 locales.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires 10 de los 15 Centros de compras tienen menos de 100 locales y los 5 restantes tienen más de 100 locales.

Cuadro 7. Cantidad de Centros de Compras por jurisdicción y tamaño

Período	Total	Cantidad de locales		Ciudad de Buenos Aires			24 partidos de la provincia de Buenos Aires		
		Más de 100	Hasta 100	Total	Más de 100 locales	Hasta 100 locales	Total	Más de 100 locales	Hasta 100 locales
número									
2005									
Marzo	29	10	19	14	5	9	14	5	10
2006									
Febrero	29	10	19	14	5	9	15	5	10
Marzo	29	10	19	14	5	9	15	5	10

En estos Centros de compras en el mes de marzo de 2006 se encuentran ubicados 2.439 locales, de los cuales el 90,0% están en actividad e informan ventas, el 7,7% permanece inactivo y un 2,2% son por ejemplo estudios jurídicos, consultorios médicos, etc.

Una situación similar se observa al analizar el área bruta locativa. En efecto, de un total de 441 miles de m², están en condición de activos 90,9%, en tanto que el 6,3% está inactivo y el 2,7% restante corresponde al rubro otros .

Cuadro 8. Condición de actividad de los locales y de su correspondiente área bruta locativa

Período	Todos los locales	Locales activos			Locales inactivos				
		Total	Con volumen de ventas disponibles	Otros	Total	Disponible para alquilar	En reforma	Otros motivos	
número									
Locales									
2005									
Marzo	2.438	2.260	2.214	46	178	156	14	8	
2006									
Febrero	2.441	2.295	2.240	55	146	133	9	4	
Marzo	2.439	2.251	2.196	55	188	141	16	31	
Area Bruta Locativa									
2005									
Marzo	438.288	410.204	399.236	10.968	28.084	25.030	1.985	1.069	
2006									
Febrero	441.165	420.397	408.445	11.952	20.768	17.795	1.596	377	
Marzo	441.165	413.425	401.473	11.952	27.740	20.669	1.648	5.423	

Teniendo en cuenta que el grueso de la ocupación que generan los Centros de compras corresponde a los locales comerciales y actividades tercerizadas, se realizó en julio de 2005 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 (86%), en la administración de los Centros de compras (4%), en tareas de vigilancia (5%), en tareas de limpieza (5%) y en otras tareas (1%).

Cuadro 9. Cantidad de ocupados en los Centros de Compras -Julio de 2005

Jurisdicción	Total	Administrativos	Locales Comerciales	Vigilancia	Limpieza	Otros
número de personas						
Total	19.095	731	16.355	921	909	179
Ciudad de Buenos Aires	9.336	441	7.815	473	492	115
24 partidos de la prov. de Buenos Aires	9.759	290	8.540	448	417	64

En términos de cantidad de locales, el rubro que tiene la mayor participación corresponde a Indumentaria (49,3%), seguido por Patio de comidas (15,9%); Otros (10,3%) 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, (53,1%); Patio de comidas (14,8%); Otros (8,4%) y Amoblamientos (6,9%), el resto no supera el 5%.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (45,3%); Patio de comidas (17,0%); Otros (12,2%) y Amoblamientos (7,6%) y el resto no supera el 5%.

La cantidad de locales activos de marzo de 2006 con respecto a febrero de 2006 bajó un 0,9% en tanto que respecto a marzo de 2005 disminuyó un 1,0%.

Cuadro 10. Cantidad de locales activos por rubro según jurisdicción

Grupos de artículos	Cantidad de locales activos		
	2005	2006	
	Marzo	Febrero	Marzo
Total del Gran Bs.As.	2.214	2.240	2.196
Indumentaria calzado y marroquinería	1.082	1.113	1.083
Ropa y accesorios deportivos	93	97	92
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	162	159	159
Patio de comidas, alimentos y kioscos	351	350	349
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	71	70	68
Juguetería	36	39	38
Librería y Papelería	41	41	42
Diversión y esparcimiento	64	63	62
Perfumería y Farmacia	78	78	77
Otros	236	230	226
Ciudad de Buenos Aires	1.124	1.137	1.125
Indumentaria calzado y marroquinería	582	603	598
Ropa y accesorios deportivos	39	40	38
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	84	78	78
Patio de comidas, alimentos y kioscos	174	169	167
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	25	30	30
Juguetería	19	21	20
Librería y Papelería	23	21	22
Diversión y esparcimiento	29	26	26
Perfumería y Farmacia	49	52	51
Otros	100	97	95
24 partidos de la prov. de Bs.As.	1.090	1.103	1.071
Indumentaria calzado y marroquinería	500	510	485
Ropa y accesorios deportivos	54	57	54
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	78	81	81
Patio de comidas, alimentos y kioscos	177	181	182
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	46	40	38
Juguetería	17	18	18
Librería y Papelería	18	20	20
Diversión y esparcimiento	35	37	36
Perfumería y Farmacia	29	26	26
Otros	136	133	131

Teniendo en cuenta la composición por rubro del área bruta locativa total, se observa que la mayor participación corresponde a Diversión (29,3%), seguido por Indumentaria (27,2%), Patio de comidas (11,8%); Amoblamientos (9,8%); Electrónicos (5,7%); Otros (5,7%); Ropa deportiva (5,0%) y el resto no supera el 5%.

En la Ciudad de Buenos Aires los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (34,1%); Diversión (21,3%); Patio de comidas (13,1%); Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar

(7,7%); Otros (6,7%); Electrónicos (5,1%) y el resto no supera el 5%.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires los rubros que tienen la mayor participación son Diversión (34,3%); Indumentaria (22,8%); Amoblamientos (11,2%); Patio de comidas (11,0%); Electrónicos (6,1%); Ropa deportiva (5,1%) y el resto no supera el 5%.

El área bruta locativa de marzo de 2006 con respecto a febrero de 2006 disminuyó un 0,9% en tanto que respecto a marzo de 2005 aumentó un 1.0%.

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

Grupos de artículos	Metros cuadrados		
	2005	2006	
	Marzo	Febrero	Marzo
Total del Gran Bs.As.	399.236	408.445	401.473
Indumentaria calzado y marroquinería	107.142	111.078	109.143
Ropa y accesorios deportivos	18.984	20.838	20.034
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	40.915	39.540	39.540
Patio de comidas, alimentos y kioscos	47.477	47.878	47.468
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	21.174	23.809	22.943
Juguetería	6.954	7.103	7.046
Librería y Papelería	6.416	7.076	7.093
Diversión y esparcimiento	115.823	119.904	117.618
Perfumería y Farmacia	7.304	7.886	7.814
Otros	27.047	23.333	22.774
Ciudad de Buenos Aires	148.339	156.410	155.257
Indumentaria calzado y marroquinería	49.050	52.834	52.955
Ropa y accesorios deportivos	7.241	7.545	7.357
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	13.491	12.033	12.033
Patio de comidas, alimentos y kioscos	20.706	20.762	20.291
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	6.820	8.230	7.861
Juguetería	2.332	2.397	2.340
Librería y Papelería	3.991	4.282	4.299
Diversión y esparcimiento	29.321	33.106	33.106
Perfumería y Farmacia	3.900	4.629	4.557
Otros	11.487	10.592	10.458
24 partidos de la prov. de Bs.As.	250.897	252.035	246.216
Indumentaria calzado y marroquinería	58.092	58.244	56.188
Ropa y accesorios deportivos	11.743	13.293	12.677
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	27.424	27.507	27.507
Patio de comidas, alimentos y kioscos	26.771	27.116	27.177
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	14.354	15.579	15.082
Juguetería	4.622	4.706	4.706
Librería y Papelería	2.425	2.794	2.794
Diversión y esparcimiento	86.502	86.798	84.512
Perfumería y Farmacia	3.404	3.257	3.257
Otros	15.560	12.741	12.316

Cuadro 12. Ventas promedio por local activo¹ a precios corrientes, por rubro, según jurisdicción

Período	Total	Indumentaria calzado y marroquinería	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	Juguetería	Librería y papelería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
Total del Gran Buenos Aires											
2005 Marzo	122,6	124,1	199,5	103,6	77,4	546,2	88,0	130,8	135,5	103,9	45,1
2006 Febrero	121,5	110,2	185,4	97,1	87,8	663,0	79,0	127,0	164,1	96,6	55,9
Marzo	155,5	154,9	270,7	125,5	95,8	765,0	91,9	147,2	169,0	117,1	63,1
Ciudad de Buenos Aires											
2005 Marzo	121,6	132,0	186,7	114,8	81,0	476,9	74,4	137,0	92,0	91,8	53,7
2006 Febrero	118,4	117,1	185,2	103,8	92,3	461,3	61,8	148,2	124,9	92,7	68,5
Marzo	159,0	168,1	279,4	141,1	101,4	592,0	76,1	164,8	179,8	119,3	80,4
24 partidos de la provincia de Buenos Aires											
2005 Marzo	123,3	114,2	212,2	93,1	73,4	563,9	103,2	122,9	171,5	121,2	38,4
2006 Febrero	124,7	102,1	185,6	90,6	83,5	814,2	89,1	104,8	191,6	104,4	46,7
Marzo	151,9	138,7	264,5	110,4	90,7	901,7	109,5	127,8	204,6	112,9	50,5

¹Comprende los locales activos con volumen de ventas disponible.

Cuadro 13. Ventas promedio por m² a precios corrientes, por rubro, según jurisdicción

Período	Total	Indumentaria calzado y marroquinería	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	Juguetería	Librería y papelería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
Total del Gran Buenos Aires											
2005 Marzo	680	1.253	977	410	572	1.832	456	836	75	1.109	394
2006 Febrero	666	1.104	863	300	642	1.949	434	736	86	955	961
Marzo	851	1.537	1.243	506	705	2.267	486	872	89	1.154	626
Ciudad de Buenos Aires											
2005 Marzo	925	1.574	980	706	685	1.748	606	789	91	1.177	473
2006 Febrero	861	1.336	982	673	751	1.681	541	727	98	1.041	627
Marzo	1.152	1.889	1.443	915	835	2.259	680	843	94	1.335	731
24 partidos de la provincia de Buenos Aires											
2005 Marzo	536	983	976	266	485	1.871	380	913	69	1.032	336
2006 Febrero	546	894	796	267	557	2.091	379	750	82	834	487
Marzo	661	1.197	1.127	325	608	2.272	419	915	87	901	537

¹Comprende el área bruta locativa correspondiente a los locales con volumen de ventas disponible.

Cuadro 14. Cantidad de salas cinematográficas, cantidad de espectadores y cantidad de espectadores por sala, por jurisdicción

Período	Cantidad de salas cinematográficas	Cantidad de espectadores	Cantidad promedio de espectadores por sala
Total del Gran Buenos Aires		número	
2005 Marzo	147	913.617	6.215
2006 Febrero	148	806.066	5.446
Marzo	148	806.992	5.453
Ciudad de Buenos Aires			
2005 Marzo	34	327.216	9.624
2006 Febrero	35	292.205	8.349
Marzo	35	280.962	8.027
24 partidos de la provincia de Buenos Aires			
2005 Marzo	113	586.401	5.189
2006 Febrero	113	513.861	4.547
Marzo	113	526.030	4.655

La concurrencia a las 148 salas cinematográficas en el mes de marzo de 2006 fue de 806.992 espectadores, en tanto que el promedio por sala fue de 5.453 espectadores.

En la Ciudad de Buenos Aires la cantidad de salas asciende a 35 y los espectadores alcanzaron a 280.962 con una cantidad promedio de 8.027 espectadores por sala.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires la cantidad de salas asciende a 113, los espectadores fueron 526.030 y el promedio de espectadores por sala fue de 4.655.

Cuadro 15. Cantidad de personal ocupado de las administraciones de los Centros de Compras¹.

Período	Total del Gran Buenos Aires	Ciudad de Buenos Aires	24 partidos de la provincia de Buenos Aires
Total del Gran Buenos Aires		número	
2005 Marzo	1.243	709	534
2006 Febrero	1.285	746	539
Marzo	1.274	736	538

El personal ocupado total en el mes de marzo de 2006 alcanzó a 1.274 personas. Si se compara con marzo de 2005 la ocupación se incrementó en un 2,5%, en tanto que respecto a febrero de 2006 se verificó una baja de 1,0%.

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

Cuadro 16. Ingresos de las administraciones de los Centros de Compras, por jurisdicción

Período	Total del Gran Buenos Aires	Ciudad de Buenos Aires	24 partidos de la provincia de Buenos Aires
		en miles de \$	
Total del Gran Buenos Aires			
2005 Marzo	27.175	16.052	11.123
2006 Febrero	35.332	16.703	18.629
Marzo	31.183	19.368	11.815

Los ingresos de las administraciones de los Centros de compras alcanzaron a \$31,2 millones, correspondiendo \$19,4 millones de pesos a la Ciudad de Buenos Aires y \$11,8 millones a los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

Si se los compara con marzo de 2005, se incrementaron a nivel total un 14,7% y respecto a febrero de 2006 bajó un 11,7% .

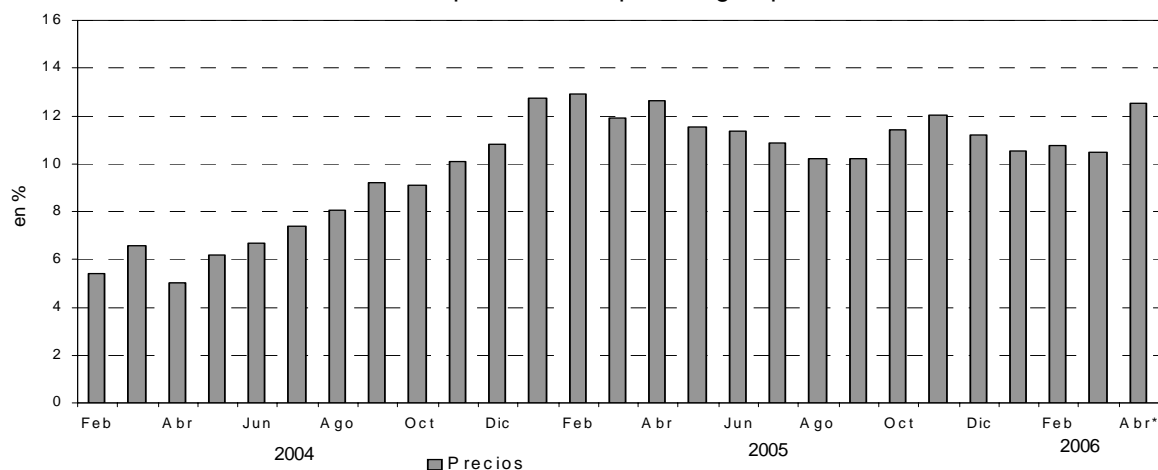
Cuadro 17. Evolución de los índices de precios implícitos de la Encuesta de Centros de compras
Indice base 1997=100

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
	100,0	97,6	93,8	90,2	86,5	116,1	135,8	146,4	185,2	
Enero	100,9	98,5	95,3	91,9	86,8	87,1	127,4	135,6	152,9	169,0
Febrero	100,3	98,0	94,4	91,4	85,1	88,9	127,3	134,2	151,5	167,8
Marzo	100,7	98,7	94,8	91,5	86,3	94,1	132,8	141,5	158,4	175,2
Abril	101,1	98,8	95,1	91,4	88,3	109,7	137,2	144,1	162,3	182,6*
Mayo	101,0	98,7	94,9	91,1	88,6	114,9	137,8	146,3	163,2	
Junio	100,8	98,4	94,7	90,7	88,1	119,1	137,6	146,8	163,5	
Julio	100,1	97,7	93,9	90,2	87,3	119,8	134,3	144,2	159,9	
Agosto	99,1	96,6	92,8	89,5	86,0	122,1	134,5	145,3	160,1	
Septiembre	99,5	96,8	92,7	89,5	85,9	126,3	137,0	149,6	164,9	
Octubre	99,4	96,4	92,6	89,0	85,4	129,7	139,1	151,8	169,1	
Noviembre	99,3	96,2	92,5	88,6	85,3	130,1	138,8	152,8	171,2	
Diciembre	99,0	95,8	92,2	87,6	84,7	130,7	139,4	154,5	171,8	

Cuadro 18. Variaciones interanuales de los índices de precios implícitos de la Encuesta de Centros de compras

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
				en %					
	-2,4	-3,9	-3,8	-4,1	34,2	17,0	7,8	26,5	
Enero	-2,4	-3,2	-3,6	-5,5	0,3	46,3	6,4	12,8	10,5
Febrero	-2,3	-3,7	-3,2	-6,9	4,5	43,2	5,4	12,9	10,8
Marzo	-2,0	-4,0	-3,5	-5,7	9,0	41,1	6,6	11,9	10,6
Abril	-2,3	-3,7	-3,9	-3,4	24,2	25,1	5,0	12,6	12,5*
Mayo	-2,3	-3,9	-4,0	-2,7	29,7	19,9	6,2	11,6	
Junio	-2,4	-3,8	-4,2	-2,9	35,2	15,5	6,7	11,4	
Julio	-2,4	-3,9	-3,9	-3,2	37,2	12,1	7,4	10,9	
Agosto	-2,5	-3,9	-3,6	-3,9	42,0	10,2	8,0	10,2	
Septiembre	-2,7	-4,2	-3,5	-4,0	47,0	8,5	9,2	10,2	
Octubre	-3,0	-3,9	-3,9	-4,0	51,9	7,2	9,1	11,4	
Noviembre	-3,1	-3,8	-4,2	-3,7	52,5	6,7	10,1	12,1	
Diciembre	-3,2	-3,8	-5,0	-3,3	54,3	6,7	10,8	11,2	

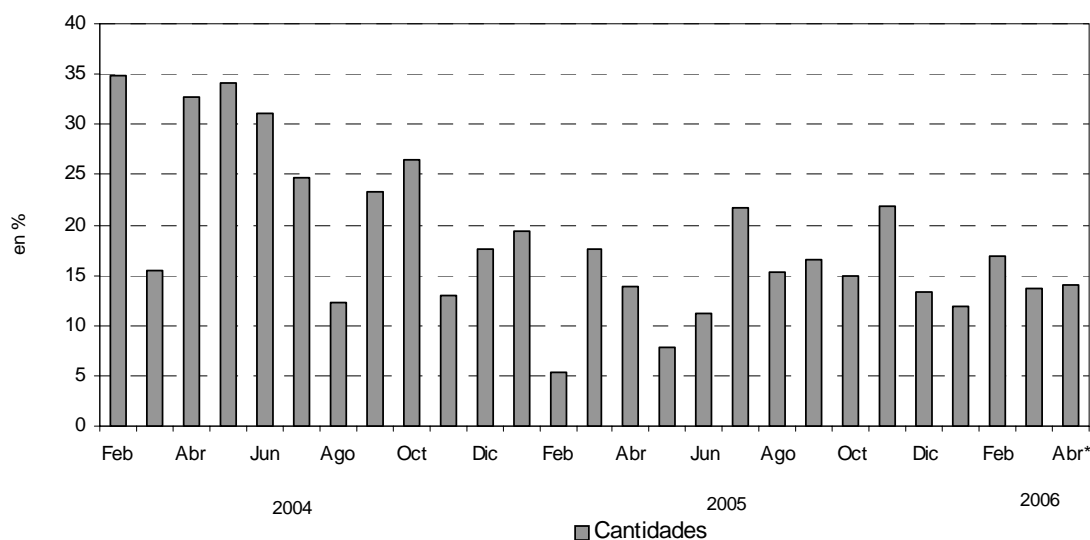
Gráfico 4. Precios, variación porcentual respecto a igual período del año anterior



Cuadro 19. Ventas de Centros de Compras. Series a precios corrientes, a precios constantes, desestacionalizada a precios constantes y tendencia y sus variaciones. Índices base 1997=100

Período	Precios Corrientes			Precios Constantes			Desestacionalizada a Precios Constantes			Tendencia Ciclo	
	Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales mensual
		mensual	interanual		mensual	interanual		mensual	interanual		
2003	Ene	94,5	-43,8	72,6	-42,3	18,2	91,3	-0,3	16,6	93,3	1,4
	Feb	92,3	-2,3	60,6	-2,3	12,2	94,1	3,1	12,3	94,5	1,3
	Mar	124,4	34,9	44,5	29,2	2,3	97,0	3,1	8,4	95,6	1,2
	Abr	124,2	-0,2	55,2	-3,4	24,1	94,2	-2,9	16,9	96,8	1,3
	May	128,5	3,5	46,4	3,1	22,1	95,2	1,1	17,8	98,3	1,5
	Jun	136,1	5,9	27,5	6,0	10,3	95,1	-0,1	14,4	100,1	1,8
	Jul	151,6	11,4	35,4	14,2	20,9	103,9	9,3	23,1	102,1	2,0
	Ago	147,7	-2,5	40,1	-2,7	27,2	106,7	2,7	22,5	104,3	2,2
	Sep	124,8	-15,5	29,1	-17,0	18,9	108,2	1,4	23,9	106,7	2,3
	Oct	152,4	22,0	31,2	20,2	22,3	109,6	1,3	19,9	109,1	2,2
	Nov	150,6	-1,1	35,0	-0,8	26,6	111,7	1,9	21,8	111,7	2,4
	Dic	225,8	49,9	34,4	49,1	26,0	115,1	3,0	25,7	114,2	2,2
2004	Ene	135,3	-40,1	43,3	-38,4	34,5	116,6	1,3	27,7	116,8	2,3
	Feb	131,1	-3,1	42,1	-2,0	34,9	117,2	0,5	24,5	119,5	2,3
	Mar	153,2	16,8	23,1	10,6	15,5	118,6	1,2	22,3	121,9	2,0
	Abr	173,0	13,0	39,3	11,0	32,7	125,4	5,7	33,1	124,1	1,8
	May	183,1	5,9	42,5	4,2	34,2	129,0	2,9	35,5	125,8	1,4
	Jun	190,3	3,9	39,8	3,5	31,0	129,6	0,2	35,9	127,2	1,1
	Jul	202,9	6,6	33,8	8,6	24,6	126,1	-2,4	21,4	128,4	0,9
	Ago	179,2	-11,7	21,3	-12,4	12,3	126,7	0,5	18,7	129,4	0,8
	Sep	168,0	-6,3	34,6	-8,9	23,3	131,3	3,6	21,3	130,4	0,8
	Oct	210,3	25,2	38,0	23,3	26,5	131,2	-0,1	19,7	131,6	0,9
	Nov	187,5	-10,8	24,5	-11,4	13,0	133,9	2,1	19,9	133,1	1,1
	Dic	294,2	56,9	30,3	55,2	17,6	138,2	3,2	20,1	134,8	1,3
2005	Ene	182,4	-38,0	34,7	-37,4	19,4	138,3	0,1	18,6	136,7	1,4
	Feb	156,0	-14,4	19,0	-13,6	5,3	135,2	-2,2	15,4	138,7	1,5
	Mar	201,5	29,1	31,6	23,5	17,6	134,1	-0,8	13,1	140,8	1,5
	Abr	221,8	10,1	28,2	7,5	13,8	144,6	7,8	15,3	142,7	1,3
	May	220,3	-0,7	20,3	-1,2	7,8	145,0	0,3	12,4	144,6	1,3
	Jun	235,5	6,9	23,7	6,7	11,1	144,3	-0,5	11,7	146,4	1,2
	Jul	273,7	16,2	34,9	18,8	21,6	147,7	2,4	17,1	148,2	1,2
	Ago	227,5	-16,9	26,9	-16,9	15,2	150,1	1,6	18,5	150,1	1,3
	Sep	215,9	-5,1	28,5	-7,9	16,6	152,7	1,7	16,3	152,0	1,3
	Oct	269,0	24,6	27,9	21,5	14,9	153,5	0,5	17,0	153,8	1,2
	Nov	256,0	-4,8	36,5	-6,0	21,8	159,2	3,7	18,9	155,3	1,0
	Dic	370,5	44,7	25,9	44,3	13,3	154,7	-2,8	11,9	156,4	0,7
2006	Ene	225,5	-39,1	23,6	-38,2	11,9	160,0	3,4	15,7	156,9	0,3
	Feb	202,0	-10,4	29,5	-9,7	16,9	158,8	-0,7	17,5	156,8	-0,1
	Mar	253,4	25,5	25,8	20,2	13,8	157,4	-0,9	17,4	156,3	-0,3
	Abr*	284,9	12,4	28,4	7,8	14,1	153,8	-2,3	6,4	155,6	-0,4

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



SINTESIS METODOLOGICA

Características del ajuste estacional:

Como es habitual anualmente, se revisaron las opciones para la modelización. Una nueva política de tratamiento de series, prevé en adelante, una posible revisión de características del ajuste cada 6 meses.

- Modelo ajustado: ARIMA log (0 1 1)(0 1 1)₁₂
- Ajuste de efecto por días de actividad (efecto trading days que considera el día de la semana en que cae el 1 de mayo (a partir de 1999) , el 25 de diciembre y el 1 de enero)
- Ajuste de efecto pascuas con 1 día de impacto gradual
- Ajuste de variación por outliers

Estimación de la Tendencia – Ciclo:

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

- v Extensión de la serie desestacionalizada modificada por valores extremos con el modelo Arima log (011) (001)₁₂.
- v Henderson de 13 términos para estimar la tendencia usando límites más estrictos para la identificación y reemplazo de los valores extremos.