



Encuesta de CENTROS DE COMPRAS (Shopping Centers)

ABRIL 2007

En el mes de abril de 2007, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 31 centros de compras. De ellos, 16 se encuentran ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y los 15 restantes en el conurbano bonaerense.

- Ventas a precios constantes desestacionalizadas:

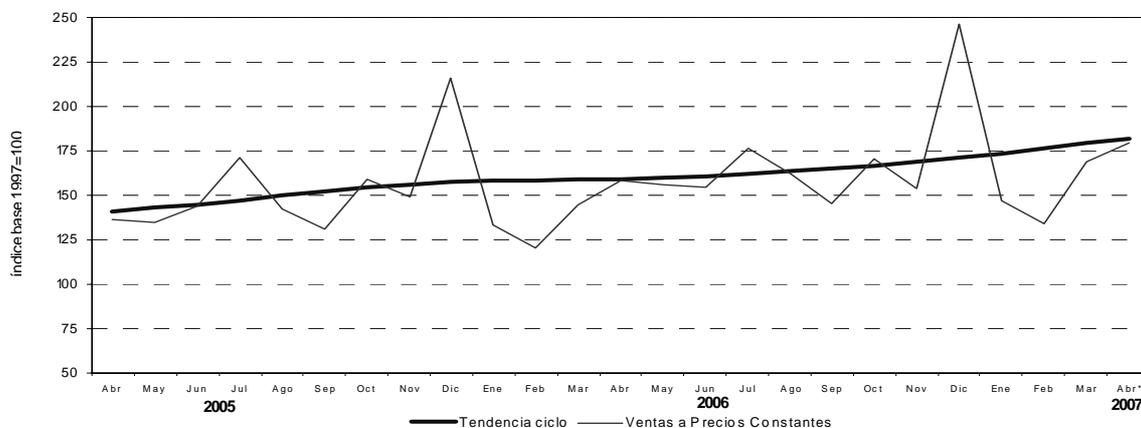
Las ventas desestacionalizadas a precios constantes aumentaron 1,4% con respecto a marzo de 2007. La evolución interanual registró una variación positiva de 16,4%.

La tendencia ciclo registró una suba de 1,3% 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
	Desestacionalizada		Desestacionalizada
2006 Abr	0,5	0,3	12,9
2007 Mar	2,3	1,6	15,2
Abr*	1,4	1,3	16,4

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



- Ventas a precios corrientes con estacionalidad:

En abril de 2007, las ventas a precios corrientes alcanzaron a 480,1 millones de pesos, lo cual representa un incremento de 8,2% con respecto al mes anterior y un aumento de 23,6% con relación a abril de 2006. La variación interanual de las ventas del primer cuatrimestre del año 2007 fue de 25,7%.

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
2005	3.814,0	28,2	///	///
2006	4.752,2	24,6	///	///
2006 Abr	388,5	13,7	30,0	27,2
2007 Mar	443,8	30,0	29,9	26,6
Abr*	480,1	8,2	23,6	25,7

SERIE DE VENTAS A PRECIOS CORRIENTES SIN DESESTACIONALIZAR

Análisis de los resultados de Marzo de 2007

En el mes de marzo de 2007, las ventas totales de los 31 centros de compras ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y en los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires alcanzaron a \$ 443,8 millones. Esto representa un aumento de 30,0% respecto a febrero y un incremento de 29,9% respecto a marzo de 2006. La variación interanual de las ventas del primer trimestre del año 2007 fue de 26,6%.

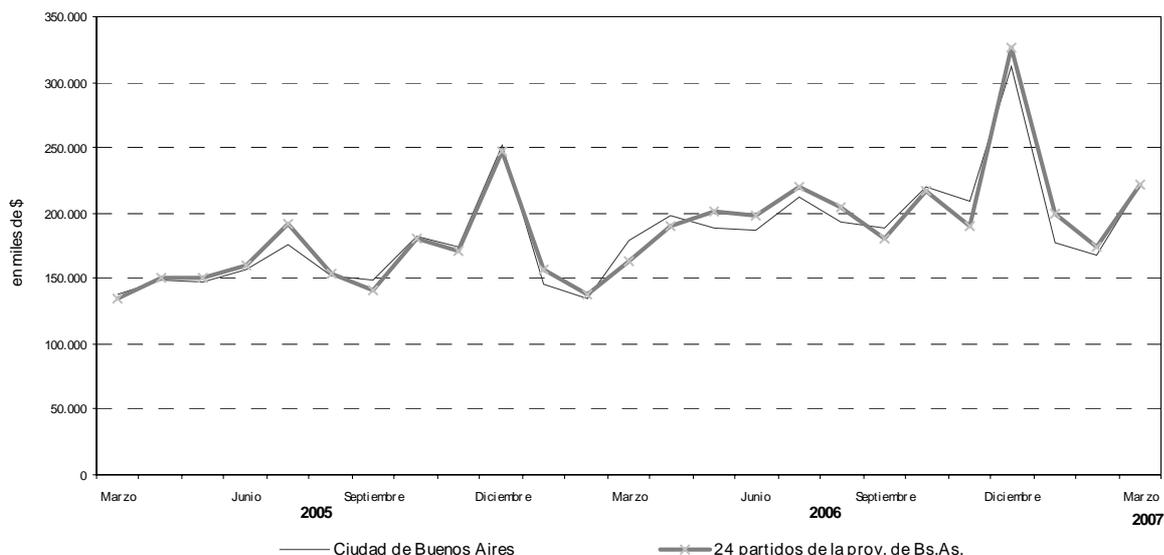
En la Ciudad de Buenos Aires, las ventas de marzo de 2007 respecto al mes anterior aumentaron 32,6%, en tanto que para el mismo mes del año 2006 la variación fue de 24,4%.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, las ventas de marzo de 2007 aumentaron 27,5% respecto a febrero y para igual mes del año anterior se observa una variación de 36,1%.

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

Jurisdicción	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual		
	2006	2007		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.	341.562	341.296	443.826	30,0	29,9	26,6
Ciudad de Buenos Aires	178.862	167.702	222.454	32,6	24,4	23,3
24 partidos de la prov. de Bs.As.	162.700	173.594	221.372	27,5	36,1	29,8

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 2007 con las de febrero de 2007, se observan aumentos en todos los rubros siendo los más significativos Ropa deportiva (41,6%); Indumentaria (41,2%); Electrónicos (26,3%); Amoblamientos (25,9%); Librería (24,2%); Perfumería (22,2%); Juguetería (20,8%) y Otros (20,5%). Los rubros de menor incremento son

Patio de comidas (7,9%) y Diversión (2,7%).

Si se tiene en cuenta la variación interanual de marzo de 2007, se observan variaciones positivas en todos los rubros; habiéndose registrado la mayor suba en el rubro Electrónicos (57,4%) y Otros (51,5%).

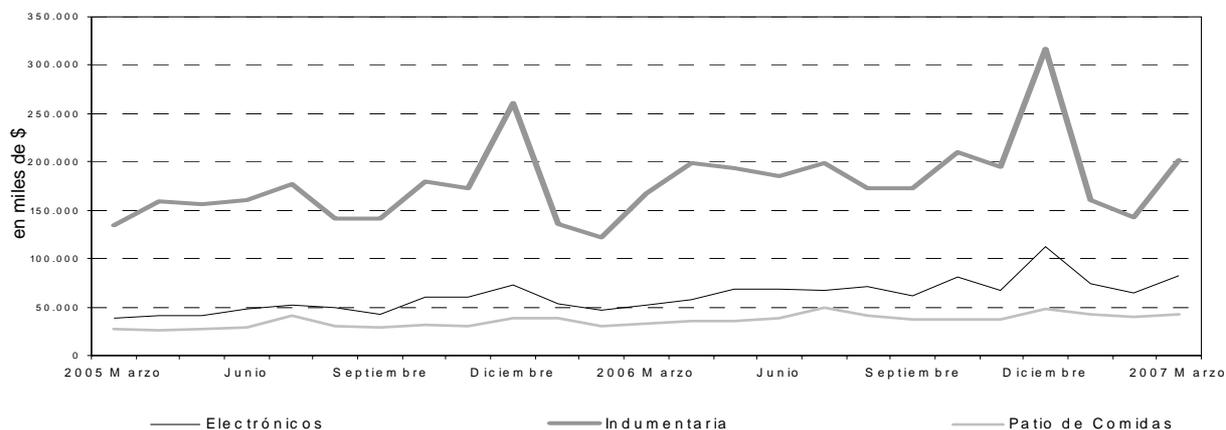
Cuadro 4. Evolución de las ventas a precios corrientes, por rubros, según jurisdicción. Variaciones porcentuales.

Grupos de artículos	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual		
	2006	2007		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.	341.562	341.296	443.826	30,0	29,9	26,6
Indumentaria calzado y marroquinería	167.804	142.789	201.621	41,2	20,2	18,4
Ropa y accesorios deportivos	24.903	23.795	33.702	41,6	35,3	33,2
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	19.954	19.882	25.027	25,9	25,4	37,6
Patio de comidas, alimentos y kioscos	33.446	39.655	42.772	7,9	27,9	21,2
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	52.023	64.813	81.860	26,3	57,4	44,7
Juguetería	3.493	3.921	4.736	20,8	35,6	23,4
Librería y Papelería	6.182	6.195	7.697	24,2	24,5	21,6
Diversión y esparcimiento	10.480	12.637	12.974	2,7	23,8	14,7
Perfumería y Farmacia	9.020	9.691	11.840	22,2	31,3	34,8
Otros	14.257	17.918	21.597	20,5	51,5	43,0
Ciudad de Buenos Aires	178.862	167.702	222.454	32,6	24,4	23,3
Indumentaria calzado y marroquinería	100.552	83.838	119.343	42,3	18,7	18,0
Ropa y accesorios deportivos	10.618	9.262	12.769	37,9	20,3	22,3
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	11.009	10.334	13.607	31,7	23,6	49,2
Patio de comidas, alimentos y kioscos	16.934	19.650	22.030	12,1	30,1	16,9
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	17.760	20.740	26.713	28,8	50,4	44,9
Juguetería	1.522	1.661	2.186	31,6	43,6	11,8
Librería y Papelería	3.626	3.560	4.523	27,1	24,7	19,5
Diversión y esparcimiento	3.115	4.414	4.313	-2,3	38,5	34,5
Perfumería y Farmacia	6.085	6.554	8.182	24,8	34,5	34,4
Otros	7.641	7.689	8.788	14,3	15,0	17,0
24 partidos de la prov. de Bs.As.	162.700	173.594	221.372	27,5	36,1	29,8
Indumentaria calzado y marroquinería	67.252	58.951	82.278	39,6	22,3	18,9
Ropa y accesorios deportivos	14.285	14.533	20.933	44,0	46,5	40,8
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	8.945	9.548	11.420	19,6	27,7	26,5
Patio de comidas, alimentos y kioscos	16.512	20.005	20.742	3,7	25,6	25,7
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	34.263	44.073	55.147	25,1	61,0	44,7
Juguetería	1.971	2.260	2.550	12,8	29,4	33,2
Librería y Papelería	2.556	2.635	3.174	20,5	24,2	24,6
Diversión y esparcimiento	7.365	8.223	8.661	5,3	17,6	6,5
Perfumería y Farmacia	2.935	3.137	3.658	16,6	24,6	35,5
Otros	6.616	10.229	12.809	25,2	93,6	70,4

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

Grupos de artículos	Composición porcentual de las ventas		
	2006	2007	
	Marzo	Febrero	Marzo
Total del Gran Bs.As.	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	49,1	41,8	45,4
Ropa y accesorios deportivos	7,3	7,0	7,6
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	5,8	5,8	5,6
Patio de comidas, alimentos y kioscos	9,8	11,6	9,6
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	15,2	19,0	18,4
Juguetería	1,0	1,1	1,1
Librería y Papelería	1,8	1,8	1,7
Diversión y esparcimiento	3,1	3,7	2,9
Perfumería y Farmacia	2,6	2,8	2,7
Otros	4,2	5,2	4,9
Ciudad de Buenos Aires	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	56,2	50,0	53,6
Ropa y accesorios deportivos	5,9	5,5	5,7
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	6,2	6,2	6,1
Patio de comidas, alimentos y kioscos	9,5	11,7	9,9
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	9,9	12,4	12,0
Juguetería	0,9	1,0	1,0
Librería y Papelería	2,0	2,1	2,0
Diversión y esparcimiento	1,7	2,6	1,9
Perfumería y Farmacia	3,4	3,9	3,7
Otros	4,3	4,6	4,0
24 partidos de la prov. de Bs.As.	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	41,3	34,0	37,2
Ropa y accesorios deportivos	8,8	8,4	9,5
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	5,5	5,5	5,2
Patio de comidas, alimentos y kioscos	10,1	11,5	9,4
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	21,1	25,4	24,9
Juguetería	1,2	1,3	1,2
Librería y Papelería	1,6	1,5	1,4
Diversión y esparcimiento	4,5	4,7	3,9
Perfumería y Farmacia	1,8	1,8	1,7
Otros	4,1	5,9	5,8

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



En el mes de marzo de 2007, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 31 centros de compras. De ellos, 16 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, 11 de los 16 Centros de

compras tienen menos de 100 locales y los 5 restantes 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 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									
2006									
Marzo	29	10	19	14	5	9	15	5	10
2007									
Febrero	30	10	20	15	5	10	15	5	10
Marzo	31	10	21	16	5	11	15	5	10

En estos Centros de compras, en el mes de marzo de 2007 se encuentran ubicados 2.473 locales, de los cuales el 91,3% están en actividad e informan ventas, mientras que el 2,1% corresponde al rubro Otros (estudios jurídicos, consultorios médicos, etc.) y el 6,6% permanece inactivo.

Una situación similar se observa al analizar el área bruta locativa. En efecto, de un total de 450,4 miles de m², están en condición de activos con volumen de ventas disponibles el 92,7%, el 2,7% restante corresponde al rubro Otros, en tanto que el 4,7% está inactivo.

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								
2006 Marzo	2.439	2.251	2.196	55	188	141	16	31
2007 Febrero	2.461	2.303	2.250	53	158	149	5	4
Marzo	2.473	2.311	2.259	52	162	152	7	3
Area Bruta Locativa								
2006 Marzo	441.165	413.425	401.473	11.793	27.740	20.669	1.648	5.423
2007 Febrero	449.481	428.696	416.451	12.245	20.785	20.078	330	377
Marzo	450.448	429.462	417.354	12.108	20.986	20.384	460	142

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 2006 un relevamiento de la cantidad de personas ocupadas. Los resultados obtenidos pueden observarse en el cua-

dro que se presenta a continuación.

La ocupación global de los centros de compras se distribuye en locales comerciales (86,8%), administrativos (3,5%), tareas de vigilancia (4,4%), tareas de limpieza (4,5%) y otras tareas (0,9%).

Cuadro 9. Cantidad de ocupados en los Centros de Compras -Julio de 2006

Jurisdicción	Total	Administrativos	Locales Comerciales	Vigilancia	Limpieza	Otros
número de personas						
Total	20.626	713	17.894	912	929	178
Ciudad de Buenos Aires	9.941	420	8.429	502	501	89
24 partidos de la prov. de Buenos Aires	10.685	293	9.465	410	428	89

En términos de cantidad de locales, el rubro que tiene la mayor participación corresponde a Indumentaria (48,8%), Patio de comidas (15,8%), Otros (10,4%) y Amoblamientos (7,5%), mientras que el resto no supera el 5%.

En la Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria, (51,9%), Patio de comidas (14,9%), Otros (8,9%) y Amoblamientos (7,9%), el resto no supera el 5%.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (45,5%), Patio de comidas (16,7%), Otros (12,1%), Amoblamientos (7,2%) y Ropa deportiva (5,6%), el resto no supera el 5%.

La cantidad de locales activos en marzo de 2007 se incrementó con respecto a marzo de 2006 en un 2,9%.

Cuadro 10. Cantidad de locales activos por rubro según jurisdicción

Grupos de artículos	Cantidad de locales activos		
	2006	2007	
	Marzo	Febrero	Marzo
Total del Gran Bs.As.	2.196	2.250	2.259
Indumentaria calzado y marroquinería	1.083	1.101	1.102
Ropa y accesorios deportivos	92	103	103
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	159	168	170
Patio de comidas, alimentos y kioscos	349	357	357
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	68	71	71
Juguetería	38	34	34
Librería y Papelería	42	42	42
Diversión y esparcimiento	62	67	67
Perfumería y Farmacia	77	73	77
Otros	226	234	236
Ciudad de Buenos Aires	1.125	1.151	1.158
Indumentaria calzado y marroquinería	598	600	601
Ropa y accesorios deportivos	38	41	41
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	78	90	91
Patio de comidas, alimentos y kioscos	167	173	173
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	30	30	30
Juguetería	20	17	17
Librería y Papelería	22	22	22
Diversión y esparcimiento	26	28	28
Perfumería y Farmacia	51	49	52
Otros	95	101	103
24 partidos de la prov. de Bs.As.	1.071	1.099	1.101
Indumentaria calzado y marroquinería	485	501	501
Ropa y accesorios deportivos	54	62	62
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	81	78	79
Patio de comidas, alimentos y kioscos	182	184	184
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	38	41	41
Juguetería	18	17	17
Librería y Papelería	20	20	20
Diversión y esparcimiento	36	39	39
Perfumería y Farmacia	26	24	25
Otros	131	133	133

Teniendo en cuenta la composición por rubro del área bruta locativa total, se observa que la mayor participación corresponde al rubro Diversión (29,7%); seguido por Indumentaria (26,9%); Patio de comidas (11,6%); Amoblamientos (9,6%); Electrónicos (6,1%); Otros y Ropa deportiva (5,4%), mientras que el resto no supera el 5%.

En la Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (33,3%); Diversión (22,1%); Patio de comidas (13,0%); Amoblamientos (7,5%); Otros (6,6%) y Electrónicos

(5,6%), mientras que el resto no supera el 5%.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Diversión (34,6%); Indumentaria (22,8%); Amoblamientos (11,0%); Patio de comidas (10,7%); Electrónicos (6,4%) y Ropa deportiva (5,7%), en tanto que el resto no supera el 5%.

El área bruta locativa de marzo de 2007 con respecto a marzo 2006 se incrementó en un 4,0%.

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

Grupos de artículos	Metros cuadrados		
	2006	2007	
	Marzo	Febrero	Marzo
Total del Gran Bs.As.	401.473	416.451	417.354
Indumentaria calzado y marroquinería	109.143	112.140	112.346
Ropa y accesorios deportivos	20.034	22.600	22.600
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	39.540	39.786	40.103
Patio de comidas, alimentos y kioscos	47.468	48.517	48.507
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	22.943	25.474	25.501
Juguetería	7.046	6.437	6.437
Librería y Papelería	7.093	7.414	7.414
Diversión y esparcimiento	117.618	123.983	123.983
Perfumería y Farmacia	7.814	7.664	7.948
Otros	22.774	22.436	22.515
Ciudad de Buenos Aires	155.257	163.978	164.649
Indumentaria calzado y marroquinería	52.955	54.674	54.829
Ropa y accesorios deportivos	7.357	8.182	8.182
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	12.033	12.322	12.423
Patio de comidas, alimentos y kioscos	20.291	21.366	21.356
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	7.861	9.159	9.284
Juguetería	2.340	1.833	1.833
Librería y Papelería	4.299	4.515	4.515
Diversión y esparcimiento	33.106	36.453	36.453
Perfumería y Farmacia	4.557	4.610	4.831
Otros	10.458	10.864	10.943
24 partidos de la prov. de Bs.As.	246.216	252.473	252.705
Indumentaria calzado y marroquinería	56.188	57.466	57.517
Ropa y accesorios deportivos	12.677	14.418	14.418
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	27.507	27.464	27.680
Patio de comidas, alimentos y kioscos	27.177	27.151	27.151
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	15.082	16.315	16.217
Juguetería	4.706	4.604	4.604
Librería y Papelería	2.794	2.899	2.899
Diversión y esparcimiento	84.512	87.530	87.530
Perfumería y Farmacia	3.257	3.054	3.117
Otros	12.316	11.572	11.572

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											
2006 Marzo	155,5	154,9	270,7	125,5	95,8	765,0	91,9	147,2	169,0	117,1	63,1
2007 Febrero	151,7	129,7	231,0	113,3	111,1	912,9	115,3	147,5	186,6	132,8	76,6
Marzo	196,5	183,0	327,2	147,2	119,8	1153,0	139,3	185,3	193,6	153,8	91,5
Ciudad de Buenos Aires											
2006 Marzo	159,0	168,1	279,4	141,1	101,4	592,0	76,1	164,8	119,8	119,3	80,4
2007 Febrero	145,7	130,7	225,9	114,8	113,6	691,3	97,7	161,8	157,6	133,8	76,1
Marzo	192,1	186,6	311,4	149,5	127,3	890,4	128,6	205,6	154,0	157,3	85,3
24 partidos de la provincia de Buenos Aires											
2006 Marzo	151,9	138,7	264,5	110,4	90,7	901,7	109,5	127,8	204,6	112,9	50,5
2007 Febrero	158,0	117,7	234,4	122,4	108,7	1075,0	132,9	131,8	210,8	130,7	76,9
Marzo	201,1	184,2	337,6	144,6	112,7	1345,0	150,0	158,7	222,1	146,3	95,3

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	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											
2006 Marzo	851	1.537	1.243	505	705	2.267	496	872	89	1.154	626
2007 Febrero	820	1.273	1.053	500	817	2.544	609	836	102	1.264	799
Marzo	1.063	1.795	1.491	624	882	3.210	736	1.038	105	1.490	959
Ciudad de Buenos Aires											
2006 Marzo	1.152	1.899	1.443	915	835	2.259	650	843	94	1.335	731
2007 Febrero	1.023	1.533	1.132	839	920	2.264	906	788	121	1.422	708
Marzo	1.351	2.177	1.561	1.095	1.032	2.877	1.193	1.002	118	1.694	803
24 partidos de la provincia de Buenos Aires											
2006 Marzo	661	1.197	1.127	325	608	2.272	419	915	87	901	537
2007 Febrero	688	1.026	1.008	348	737	2.701	491	909	94	1.027	884
Marzo	876	1.430	1.452	413	764	3.401	554	1.095	89	1.174	1.107

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	
2006 Marzo	148	806.992	5.453
2007 Febrero	152	1.090.362	7.173
Marzo	152	795.858	5.236
Ciudad de Buenos Aires			
2006 Marzo	35	280.962	8.027
2007 Febrero	39	540.166	13.850
Marzo	39	329.066	8.438
24 partidos de la provincia de Buenos Aires			
2006 Marzo	113	526.030	4.655
2007 Febrero	113	550.196	4.869
Marzo	113	466.792	4.131

La concurrencia a las 152 salas cinematográficas en el mes de marzo de 2007 fue de 795.858 espectadores, en tanto que el promedio por sala fue de 5.236 personas. En la Ciudad de Buenos Aires, la cantidad de salas asciende a 39 y los espectadores alcanzaron a 329.066 con una cantidad promedio de 8.438 personas por sala. En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, la cantidad de salas asciende a 113, los espectadores fueron 466.792 y el promedio de personas por sala fue de 4.131.

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	
2006 Marzo	1.274	736	538
2007 Febrero	1.212	741	471
Marzo	1.218	748	470

El personal ocupado total en el mes de marzo de 2007 alcanzó a 1.218 personas. Si se compara con marzo de 2006, la ocupación disminuyó un 4,4%.

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
Total del Gran Buenos Aires		en miles de \$	
2006 Marzo	31.183	19.368	11.815
2007 Febrero	41.665	21.380	20.285
Marzo	38.732	22.371	16.361

Los ingresos de las administraciones de los Centros de Compras alcanzaron a \$38,7 millones, correspondiendo \$22,4 millones de pesos a la Ciudad de Buenos Aires y \$16,4 millones a los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires. Si se los compara con marzo de 2006, se observa una variación positiva de un 24,2%.

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

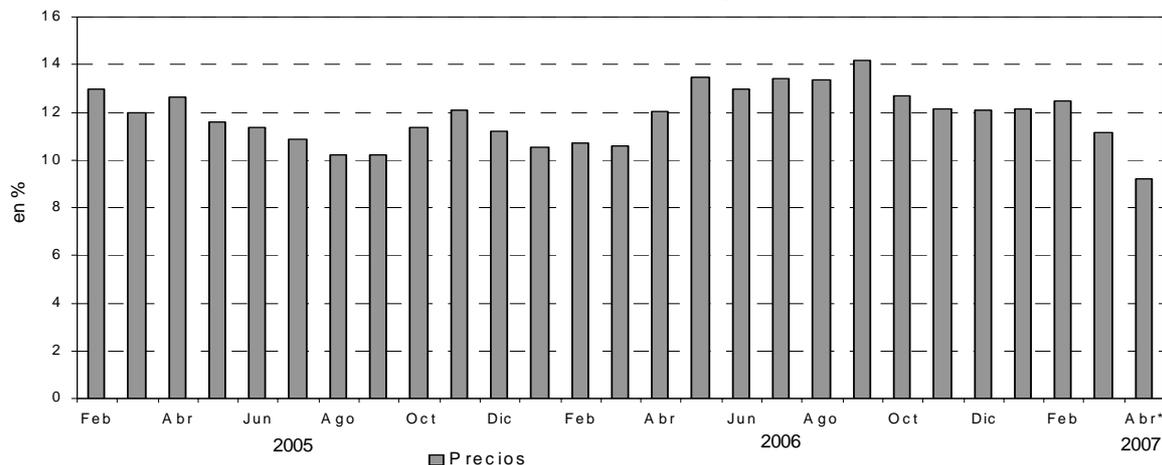
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	100,0	97,6	93,8	90,2	86,5	116,1	135,8	146,4	185,2	183,4	
Enero	100,9	98,5	95,3	91,9	86,8	87,1	127,4	135,6	152,9	169,0	189,5
Febrero	100,3	98,0	94,4	91,4	85,1	88,9	127,3	134,2	151,5	167,8	188,8
Marzo	100,7	98,7	94,8	91,5	86,3	94,1	132,8	141,5	158,4	175,2	194,8
Abril	101,1	98,8	95,1	91,4	88,3	109,7	137,2	144,1	162,3	181,8	198,5 [*]
Mayo	101,0	98,7	94,9	91,1	88,6	114,9	137,8	146,3	163,2	185,2	
Junio	100,8	98,4	94,7	90,7	88,1	119,1	137,6	146,8	163,5	184,7	
Julio	100,1	97,7	93,9	90,2	87,3	119,8	134,3	144,2	159,9	181,3	
Agosto	99,1	96,6	92,8	89,5	86,0	122,1	134,5	145,3	160,1	181,4	
Septiembre	99,5	96,8	92,7	89,5	85,9	126,3	137,0	149,6	164,9	188,3	
Octubre	99,4	96,4	92,6	89,0	85,4	129,7	139,1	151,8	169,1	190,6	
Noviembre	99,3	96,2	92,5	88,6	85,3	130,1	138,8	152,8	171,2	192,0	
Diciembre	99,0	95,8	92,2	87,6	84,7	130,7	139,4	154,5	171,8	192,5	

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	2007
	-2,4	-3,9	-3,8	-4,1	34,2	17,0	7,8	11,5	12,4	
	en %									
Enero	-2,4	-3,2	-3,6	-5,5	0,3	46,3	6,4	12,8	10,5	12,1
Febrero	-2,3	-3,7	-3,2	-6,9	4,5	43,2	5,4	13,0	10,7	12,5
Marzo	-2,0	-4,0	-3,5	-5,7	9,0	41,1	6,6	11,9	10,6	11,2
Abril	-2,3	-3,7	-3,9	-3,4	24,2	25,1	5,0	12,7	12,0	9,2 [*]
Mayo	-2,3	-3,9	-4,0	-2,7	29,7	19,9	6,2	11,6	13,5	
Junio	-2,4	-3,8	-4,2	-2,9	35,2	15,5	6,7	11,4	13,0	
Julio	-2,4	-3,9	-3,9	-3,2	37,2	12,1	7,4	10,9	13,4	
Agosto	-2,5	-3,9	-3,6	-3,9	42,0	10,2	8,0	10,2	13,3	
Septiembre	-2,7	-4,2	-3,5	-4,0	47,0	8,5	9,2	10,2	14,2	
Octubre	-3,0	-3,9	-3,9	-4,0	51,9	7,2	9,1	11,4	12,7	
Noviembre	-3,1	-3,8	-4,2	-3,7	52,5	6,7	10,1	12,1	12,1	
Diciembre	-3,2	-3,8	-5,0	-3,3	54,3	6,7	10,8	11,2	12,0	

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

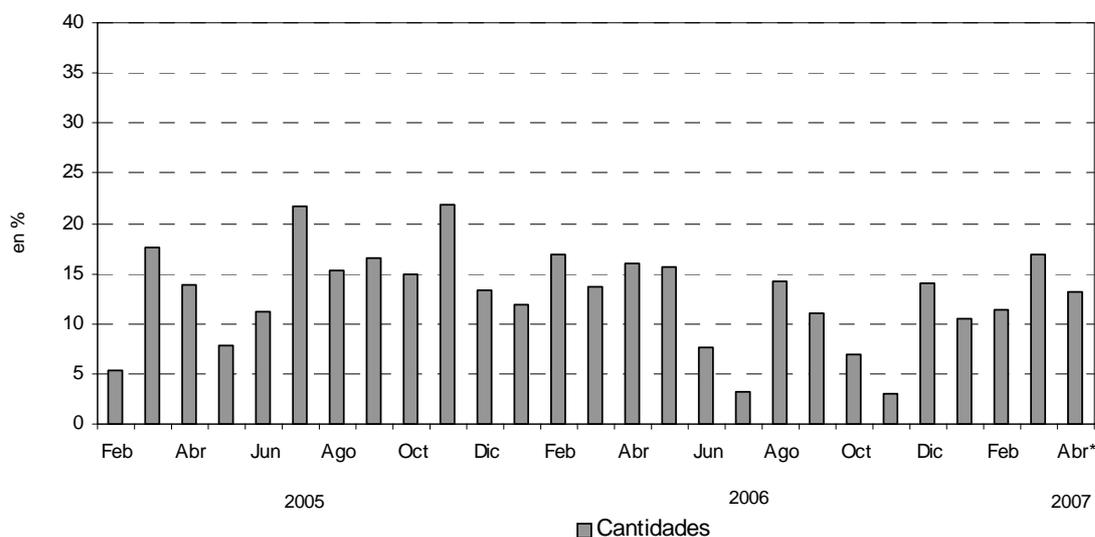
Gráfico 4. Precios, variación porcentual respecto a igual período del año anterior



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 Cíclo	
	Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales mensual
		mensual	interanual		mensual	interanual		mensual	interanual		
2003	Abr	124,2	-0,2	55,2	-3,4	24,1	94,9	-2,5	22,9	97,3	1,3
	May	128,5	3,5	46,4	3,1	22,1	95,6	0,8	18,1	98,8	1,5
	Jun	136,1	5,9	27,5	6,0	10,3	95,1	-0,5	14,5	100,4	1,7
	Jul	151,6	11,4	35,4	14,2	20,9	102,8	8,1	22,3	102,3	1,9
	Ago	147,7	-2,5	40,1	-2,7	27,2	107,5	4,5	23,2	104,4	2,1
	Sep	124,8	-15,5	29,1	-17,0	18,9	107,8	0,2	23,0	106,8	2,2
	Oct	152,4	22,0	31,2	20,2	22,3	109,6	1,7	20,6	109,3	2,3
	Nov	150,6	-1,1	35,0	-0,8	26,6	113,3	3,3	22,1	111,9	2,4
	Dic	225,8	49,9	34,4	49,1	26,0	114,6	1,2	26,6	114,5	2,4
	Ene	135,3	-40,1	43,3	-38,4	34,9	117,5	2,5	28,7	117,2	2,3
	Feb	131,1	-3,1	42,1	-2,0	34,5	118,4	0,7	24,0	119,8	2,2
	Mar	153,2	16,8	23,1	10,6	15,5	117,9	-0,5	21,1	122,1	2,0
2004	Abr	173,0	13,0	39,3	11,0	32,7	127,0	7,7	33,8	124,1	1,6
	May	183,1	5,9	42,5	4,2	34,2	128,2	1,0	34,1	125,8	1,3
	Jun	190,3	3,9	33,8	8,6	24,6	126,1	0,4	35,3	127,0	1,0
	Jul	202,9	6,6	33,8	8,6	24,6	126,1	-2,0	22,6	128,1	0,8
	Ago	179,2	-11,7	21,3	-12,4	12,3	125,6	-0,4	16,8	129,1	0,8
	Sep	168,0	-6,3	34,6	11,2	23,3	130,7	4,1	21,3	130,2	0,9
	Oct	210,3	25,2	38,0	23,3	26,5	131,8	0,8	20,3	131,6	1,1
	Nov	187,5	-10,8	24,5	-11,4	13,0	135,1	2,5	19,2	133,2	1,2
	Dic	294,2	56,9	30,3	55,2	17,6	138,7	2,7	21,0	134,9	1,3
	Ene	182,4	-38,0	34,7	-37,4	19,4	139,2	0,3	18,4	136,6	1,2
	Feb	156,0	-14,4	19,0	-13,6	5,3	135,9	-2,4	14,7	138,1	1,1
	Mar	201,5	29,1	31,6	23,5	17,6	139,4	2,6	18,3	139,6	1,1
2005	Abr	221,8	10,1	28,2	7,5	13,8	139,8	0,3	10,1	141,2	1,1
	May	220,3	-0,7	20,3	-1,2	7,8	142,3	1,8	11,0	142,9	1,2
	Jun	235,5	6,9	23,7	6,7	11,1	144,1	1,3	12,0	145,0	1,5
	Jul	273,7	16,2	34,9	18,8	21,6	148,9	3,3	18,1	147,3	1,6
	Ago	227,5	-16,9	26,9	-16,9	15,2	147,8	-0,7	17,7	149,8	1,7
	Sep	215,9	-5,1	28,5	-7,9	16,6	153,1	3,5	17,1	152,2	1,6
	Oct	269,0	24,6	27,9	21,5	14,9	152,4	-0,4	15,6	154,4	1,4
	Nov	256,0	-4,8	36,5	-6,0	21,8	161,6	6,0	19,6	156,1	1,1
	Dic	370,5	44,7	25,9	44,3	13,3	155,8	-3,6	12,3	157,3	0,8
	Ene	225,5	-39,1	23,6	-38,2	11,9	159,7	2,5	14,8	158,0	0,5
	Feb	202,0	-10,4	29,5	-9,7	16,9	158,9	-0,5	17,0	158,5	0,3
	Mar	253,4	25,5	25,8	20,2	13,8	157,2	-1,1	12,8	158,8	0,2
2006	Abr	288,3	13,7	30,0	9,5	15,9	157,9	0,5	12,9	159,2	0,3
	May	289,1	0,3	31,2	-1,5	15,6	161,7	2,4	13,6	159,9	0,4
	Jun	286,1	-1,0	21,5	-0,8	7,6	157,1	-2,8	9,0	160,9	0,6
	Jul	320,4	12,0	17,1	14,1	3,3	155,2	-1,2	4,2	162,1	0,8
	Ago	294,4	-8,1	29,4	-8,1	14,2	169,7	9,3	14,8	163,6	0,9
	Sep	324,1	18,4	26,8	-7,1	11,0	164,4	-3,1	7,4	165,1	0,9
	Oct	295,7	-8,8	20,5	17,1	6,9	168,0	2,2	10,3	166,8	1,0
	Nov	473,7	60,2	15,5	-9,5	3,0	166,3	-1,1	2,9	168,7	1,2
	Dic	279,1	-41,1	27,9	59,8	14,1	166,7	0,3	7,0	171,0	1,3
	Ene	253,2	-9,3	23,8	-40,1	10,4	173,1	3,8	8,4	173,6	1,5
	Feb	329,3	30,0	29,9	26,0	11,5	177,0	2,3	11,4	176,4	1,6
	Abr*	356,2	8,2	23,6	6,1	13,2	183,7	1,4	16,4	181,5	1,3

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.