



Buenos Aires, 28 de mayo de 2009

Encuesta de Centros de Compras

Abril de 2009

En el mes de abril de 2009, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 32 centros de compras. De ellos, 17 se encuentran ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y los 15 restantes, en el conurbano bonaerense.

Ventas a precios corrientes con estacionalidad

La variación interanual de las ventas del primer cuatrimestre de 2009 registró un aumento de 1,7% respecto a igual período del año anterior.

Las ventas a precios corrientes en abril de 2009 alcanzaron los 589,1 millones de pesos, lo que significa un incremento de 6,5% con respecto a marzo de 2009 y de 1,6% en relación a igual mes del año anterior.

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

Período	Ventas en millones de pesos	Mes anterior	Variación porcentual	
			Igual período año anterior	Del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período año anterior
2007	6.089,5	28,1	///	///
2008	7.436,1	22,1	///	///
2008 Abr	579,7	-0,1	19,3	27,3
2009 Mar	553,0	17,2	-4,7	1,8
2009 Abr*	589,1	6,5	1,6	1,7

Ventas a precios constantes desestacionalizadas

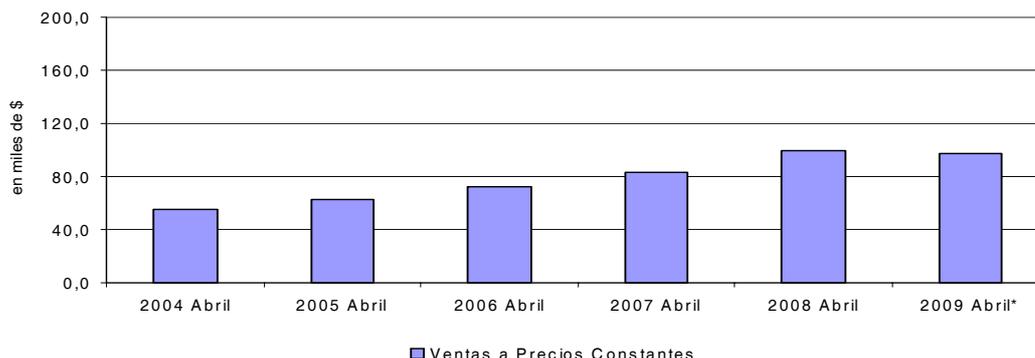
En el mes de abril de 2009 las ventas desestacionalizadas a precios constantes aumentaron 1,2% en relación al mes inmediatamente anterior y respecto a igual período del año anterior las ventas bajaron 4,8%.

La tendencia ciclo de la serie disminuyó 0,5%.

Cuadro 2. Ventas a precios constantes

Período	Variación porcentual		
	Mes anterior		Igual período año anterior
	Desestacionalizada	Tendencia ciclo	Desestacionalizada
2008 Abr	2,3	1,4	25,6
2009 Mar	3,8	-0,7	5,7
2009 Abr*	1,2	-0,5	-4,8

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 marzo de 2009

En el mes de marzo de 2009, las ventas totales de los 32 centros de compras ubicados en Ciudad de Buenos Aires y en 24 partidos de la provincia de Buenos Aires sumaron \$ 553 millones. Esto representa un incremento de 17,2% respecto al mes inmediatamente anterior.

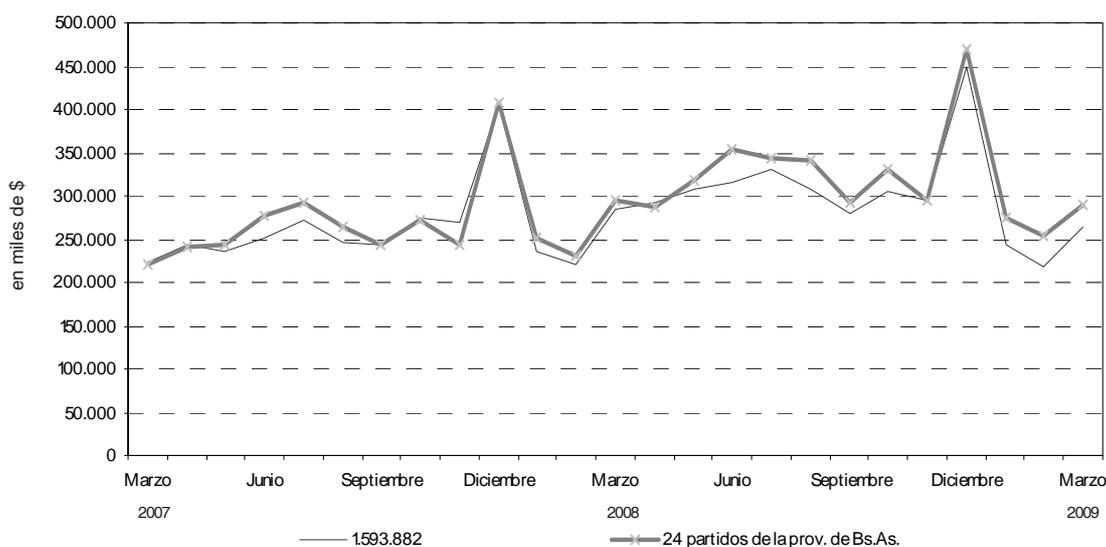
En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, las ventas del mes de marzo de 2009 aumentaron 13,9% respecto a febrero de 2009.

En Ciudad de Buenos Aires, las ventas del mes de marzo de 2009 se incrementaron 21% respecto al mes inmediatamente 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		
	2008		2009	Mes anterior	Igual período año anterior	Del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período año anterior
	Marzo	Febrero	Marzo			
Total del Gran Bs.As.	580.385	471.950	553.023	17,2	-4,7	1,8
Ciudad de Buenos Aires	285.131	217.988	263.842	21,0	-7,5	-2,0
24 partidos de la prov. de Bs.As.	295.254	253.962	289.181	13,9	-2,1	5,3

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 marzo de 2009 con las del mes inmediatamente anterior, se observa que los rubros que registraron un incremento más significativo fueron Amoblamientos (30,5%), Ropa deportiva (28,6%) y Electrónicos (25,6%).

En Ciudad de Buenos Aires, los rubros que registran las variaciones más altas respecto al mes anterior son Indumentaria (27,7%), Ropa deportiva (26,2%) y Librería (25,6%).

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, la mayor variación respecto de febrero de 2009 corresponde a Amoblamientos (39,7%), Ropa deportiva (30,1%) y Electrónicos (26,9%).

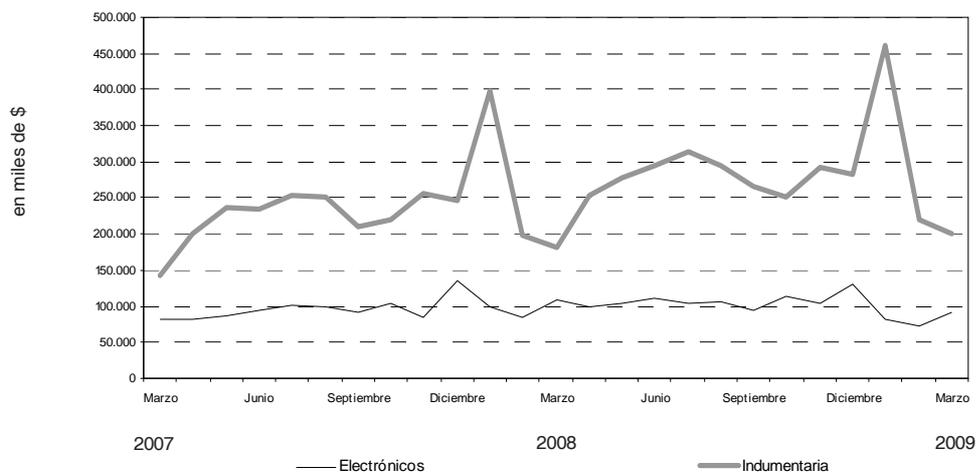
Cuadro 4. Evolución de las ventas a precios corrientes, por rubros, según jurisdicción. Variaciones porcentuales

Grupos de artículos	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual		
	2008	2009		Mes anterior	Igual período año anterior	Del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período año anterior
	Marzo	Febrero	Marzo			
Total del Gran Bs.As.	580.385	471.950	553.023	17,2	-4,7	1,8
Indumentaria calzado y marroquinería	253.638	201.225	241.882	20,2	-4,6	4,5
Ropa y accesorios deportivos	45.308	34.306	44.113	28,6	-2,6	4,8
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	34.470	24.129	31.480	30,5	-8,7	-5,5
Patio de comidas, alimentos y kioscos	65.003	62.922	64.665	2,8	-0,5	4,7
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	108.036	73.429	92.202	25,6	-14,7	-15,2
Juguetería	5.898	4.689	5.100	8,8	-13,5	8,9
Librería y papelería	8.644	8.534	9.999	17,2	15,7	14,1
Diversión y esparcimiento	18.398	21.709	17.883	-17,6	-2,8	9,0
Perfumería y Farmacia	15.385	15.051	16.888	12,2	9,8	16,6
Otros	25.605	25.956	28.811	11,0	12,5	23,8
Ciudad de Buenos Aires	285.131	217.988	263.842	21,0	-7,5	-2,0
Indumentaria calzado y marroquinería	150.144	106.375	135.797	27,7	-9,6	-1,7
Ropa y accesorios deportivos	17.364	13.203	16.658	26,2	-4,1	3,9
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	15.984	11.306	13.567	20,0	-15,1	-11,6
Patio de comidas, alimentos y kioscos	33.486	31.828	34.104	7,2	1,8	4,2
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	33.621	22.666	27.799	22,6	-17,3	-16,5
Juguetería	2.535	1.967	2.304	17,1	-9,1	9,7
Librería y papelería	5.041	4.688	5.886	25,6	16,8	7,3
Diversión y esparcimiento	7.029	7.633	6.714	-12,0	-4,5	4,1
Perfumería y Farmacia	10.205	10.054	11.309	12,5	10,8	16,2
Otros	9.722	8.268	9.704	17,4	-0,2	-6,2
24 partidos de la prov. de Bs.As.	295.254	253.962	289.181	13,9	-2,1	5,3
Indumentaria calzado y marroquinería	103.494	94.850	106.085	11,8	2,5	13,3
Ropa y accesorios deportivos	27.944	21.103	27.455	30,1	-1,7	5,4
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	18.486	12.823	17.913	39,7	-3,1	0,4
Patio de comidas, alimentos y kioscos	31.517	31.094	30.561	-1,7	-3,0	5,3
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	74.415	50.763	64.403	26,9	-13,5	-14,7
Juguetería	3.363	2.722	2.796	2,7	-16,9	8,4
Librería y papelería	3.603	3.846	4.113	6,9	14,2	24,5
Diversión y esparcimiento	11.369	14.076	11.169	-20,7	-1,8	11,9
Perfumería y Farmacia	5.180	4.997	5.579	11,6	7,7	17,3
Otros	15.883	17.688	19.107	8,0	20,3	46,2

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

Grupos de artículos	Composición porcentual de las ventas		
	2008	2009	
	Marzo	Febrero	Marzo
Total del Gran Bs.As.	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	43,7	42,6	43,7
Ropa y accesorios deportivos	7,8	7,3	8,0
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	5,9	5,1	5,7
Patio de comidas, alimentos y kioscos	11,2	13,3	11,7
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	18,6	15,6	16,7
Juguetería	1,0	1,0	0,9
Librería y papelería	1,5	1,8	1,8
Diversión y esparcimiento	3,2	4,6	3,2
Perfumería y farmacia	2,7	3,2	3,1
Otros	4,4	5,5	5,2
Ciudad de Buenos Aires	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	52,7	48,8	51,5
Ropa y accesorios deportivos	6,1	6,1	6,3
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	5,6	5,2	5,1
Patio de comidas, alimentos y kioscos	11,7	14,6	12,9
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	11,8	10,4	10,5
Juguetería	0,9	0,9	0,9
Librería y papelería	1,8	2,2	2,2
Diversión y esparcimiento	2,5	3,5	2,5
Perfumería y farmacia	3,6	4,6	4,3
Otros	3,4	3,8	3,7
24 partidos de la prov. de Bs.As.	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	35,1	37,3	36,7
Ropa y accesorios deportivos	9,5	8,3	9,5
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	6,3	5,0	6,2
Patio de comidas, alimentos y kioscos	10,7	12,2	10,6
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	25,2	20,0	22,3
Juguetería	1,1	1,1	1,0
Librería y papelería	1,2	1,5	1,4
Diversión y esparcimiento	3,9	5,5	3,9
Perfumería y farmacia	1,8	2,0	1,9
Otros	5,4	7,0	6,6

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



Cuadro 6. Evolución de los índices de precios implícitos de la Encuesta de Centros de compras, índice base abril 2008=100

	2006	2007	2008	2009
	92,2	99,0	101,5	
Enero	85,4	95,6	100,0	104,0
Febrero	84,7	95,1	99,2	104,0
Marzo	88,5	98,3	99,5	103,9
Abril	92,0	100,6	100,0	104,4*
Mayo	93,8	101,3	100,4	
Junio	93,4	101,5	101,7	
Julio	91,6	99,2	102,3	
Agosto	91,6	97,7	101,8	
Septiembre	95,0	98,6	102,3	
Octubre	96,3	98,8	103,1	
Noviembre	97,0	100,6	103,6	
Diciembre	97,4	101,1	104,4	

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

	2006	2007	2008	2009
	12,2	7,5	2,9	
		%		
Enero	10,5	11,9	4,6	4,0
Febrero	10,8	12,2	4,4	4,8
Marzo	10,6	11,0	1,2	4,4
Abril	11,9	9,3	-0,6	4,4*
Mayo	13,4	8,1	-0,9	
Junio	12,8	8,7	0,2	
Julio	13,2	8,3	3,1	
Agosto	13,1	6,6	4,2	
Septiembre	14,0	3,8	3,8	
Octubre	12,5	2,6	4,4	
Noviembre	11,9	3,7	3,0	
Diciembre	11,9	3,8	3,3	

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 Cíclo	
	Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales
		Mensual	Interanual		Mensual	Interanual		Mensual	Interanual		Mensual	Interanual		
2006	67,0	13,7	30,0	72,8	9,5	16,1	72,1	-1,4	10,7	72,7	-0,1	72,7	0,0	
May	67,2	0,3	31,2	71,7	-1,5	15,8	74,2	3,0	14,1	72,7	0,0	72,7	0,0	
Jun	66,5	-1,0	21,5	71,2	-0,7	7,6	70,9	-4,5	7,7	72,9	0,2	72,9	0,2	
Jul	74,5	12,0	17,1	81,3	14,2	3,4	71,9	1,4	5,0	73,2	0,5	73,2	0,5	
Ago	68,4	-8,1	29,4	74,7	-8,1	14,4	77,4	7,6	14,9	73,9	0,8	73,9	0,8	
Sep	63,6	-7,1	26,8	67,0	-10,3	11,1	74,6	-3,6	7,2	74,7	1,2	74,7	1,2	
Oct	75,3	18,4	20,5	78,3	16,9	7,1	76,6	2,6	9,9	75,8	1,4	75,8	1,4	
Nov	68,7	-8,8	15,5	70,9	-9,5	3,4	77,0	0,6	4,0	77,0	1,6	77,0	1,6	
Dic	110,1	60,2	27,8	113,1	59,5	14,2	77,2	0,2	7,4	78,3	1,7	78,3	1,7	
2007	64,9	-41,1	23,8	67,9	-40,0	10,6	80,0	3,6	9,2	79,7	1,8	79,7	1,8	
Ene	58,9	-9,2	25,5	62,0	-8,7	11,9	81,7	2,1	12,1	81,2	1,8	81,2	1,8	
Feb	76,6	29,9	29,9	77,9	25,6	17,1	84,4	3,4	15,5	82,7	1,9	82,7	1,9	
Mar	83,8	9,5	25,1	83,3	6,9	14,4	84,5	0,1	17,3	84,3	1,9	84,3	1,9	
Abr	82,9	-1,1	23,3	81,8	-1,8	14,1	84,5	0,0	13,9	85,9	1,9	85,9	1,9	
May	91,3	10,1	37,2	89,9	9,9	26,3	86,7	2,5	22,3	87,5	1,9	87,5	1,9	
Jun	97,3	6,6	30,7	98,1	9,1	20,7	89,5	3,2	24,4	89,3	2,0	89,3	2,0	
Jul	87,9	-9,7	28,4	89,9	-8,4	20,3	91,8	2,6	18,6	91,0	1,9	91,0	1,9	
Ago	84,1	-4,3	32,2	85,3	-5,1	27,3	92,7	1,0	24,3	92,7	1,9	92,7	1,9	
Sep	94,2	12,1	25,1	95,4	11,8	21,8	94,9	2,0	24,0	94,5	1,9	94,5	1,9	
Oct	88,6	-6,0	28,9	88,1	-7,7	24,3	96,1	1,2	24,8	96,3	1,9	96,3	1,9	
Nov	140,0	58,0	27,1	138,5	57,2	22,5	95,8	-0,4	24,0	98,1	2,0	98,1	2,0	
Dic	84,0	-40,0	29,4	84,0	-39,4	23,7	99,5	3,9	24,4	100,1	2,0	100,1	2,0	
2008	77,6	-7,6	31,7	78,2	-6,9	26,1	97,6	-2,0	19,5	102,1	2,0	102,1	2,0	
Ene	100,1	29,0	30,8	100,6	28,6	29,1	103,8	6,4	23,0	103,9	1,8	103,9	1,8	
Feb	100,0	-0,1	19,3	100,0	-0,6	20,0	106,2	2,3	25,6	105,4	1,4	105,4	1,4	
Mar	107,9	7,9	30,2	107,5	7,5	31,4	107,7	1,4	27,4	106,4	1,0	106,4	1,0	
Abr	115,7	7,2	26,8	113,8	5,9	26,6	110,0	2,2	27,0	106,9	0,5	106,9	0,5	
May	116,4	0,6	19,6	113,8	0,0	16,0	106,4	-3,3	18,9	106,9	0,0	106,9	0,0	
Jun	111,8	-4,0	27,2	109,9	-3,4	22,2	106,4	-0,1	15,9	106,5	-0,3	106,5	-0,3	
Jul	98,8	-11,6	17,5	96,5	-12,2	13,1	110,8	4,2	19,5	106,0	-0,6	106,0	-0,6	
Ago	109,8	11,1	16,5	106,5	10,4	11,6	105,1	-5,2	10,7	105,3	-0,7	105,3	-0,7	
Sep	102,0	-7,2	15,1	98,4	-7,6	11,7	102,5	-2,5	6,6	104,5	-0,7	104,5	-0,7	
Oct	158,6	55,6	13,3	152,0	54,5	9,7	110,0	7,3	14,8	103,7	-0,8	103,7	-0,8	
Nov	89,5	-43,6	6,6	86,1	-43,4	2,5	99,4	-9,6	-0,2	102,9	-0,8	102,9	-0,8	
Dic	81,4	17,2	4,9	78,3	-9,1	0,1	103,2	3,8	5,7	102,9	-0,7	102,9	-0,7	
2009	95,4	17,2	-4,7	91,8	17,2	-8,7	99,9	-3,2	-3,8	101,5	-0,6	101,5	-0,6	
Ene	101,6	6,5	1,6	97,4	6,1	-2,6	101,1	1,2	-4,8	101,1	-0,5	101,1	-0,5	

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

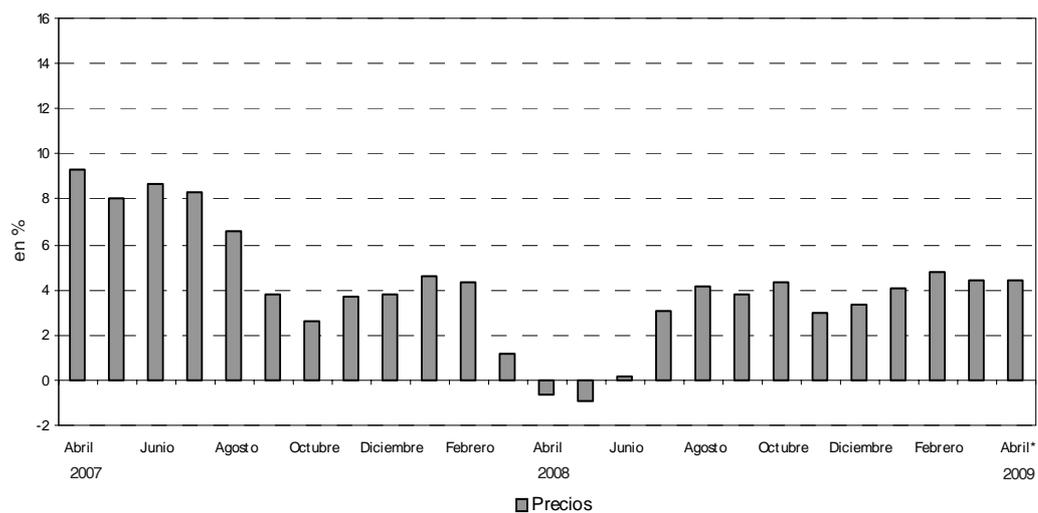
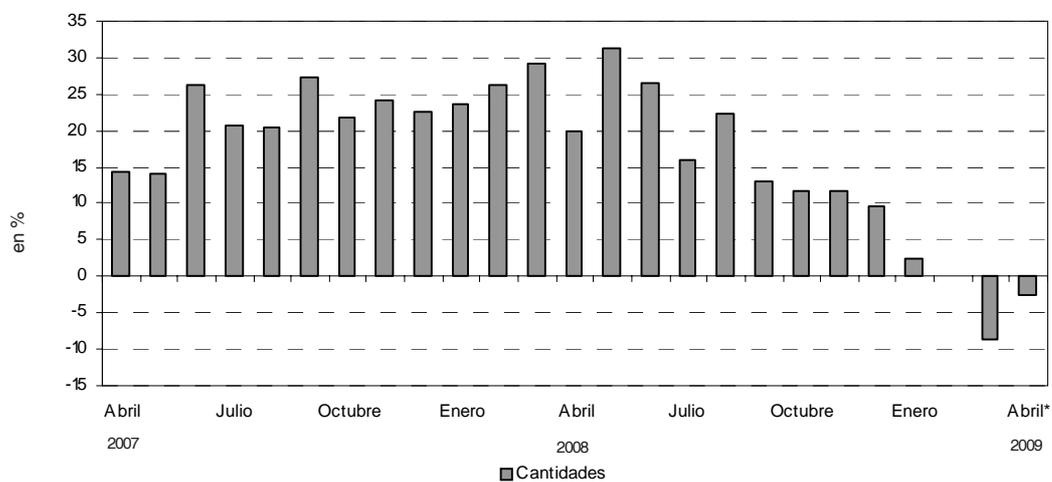


Gráfico 5. Cantidades, variación porcentual respecto a igual período del año anterior



En el mes de marzo de 2009, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 32 centros de compras. De ellos, 17 se encuentran ubicados en Ciudad de Buenos Aires y los 15 restantes, en 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

En Ciudad de Buenos Aires, 12 de los 17 centros de compras tienen menos de 100 locales y los 5 restantes, más de 100 locales.

En 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 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
2008 Marzo	32	10	22	17	5	12	15	5	10
2009 Febrero	32	10	22	17	5	12	15	5	10
Marzo	32	10	22	17	5	12	15	5	10

En estos centros de compras, en el mes de marzo de 2009 se encuentran ubicados 2.531 locales, de los cuales el 89,5% está en actividad e informa ventas, mientras que el 2,8% corresponde al rubro Otros (estudios jurídicos, consultorios médicos, etc.) y el 7,7% 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 448,9 miles de m², está en condición de activo con volumen de ventas disponible el 90,4%, el 2,9% corresponde al rubro Otros en tanto que el 6,7% 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
Locales								
2008 Marzo	2.572	2.411	2.343	68	161	133	18	10
2009 Febrero	2.531	2.335	2.265	70	196	153	29	14
Marzo	2.534	2.336	2.266	70	198	155	29	14
Area Bruta Locativa								
2008 Marzo	462.676	435.073	422.349	12.724	27.603	24.514	1.809	1.280
2009 Febrero	448.921	418.817	405.755	13.062	30.104	25.041	3.569	1.494
Marzo	448.760	418.217	405.155	13.062	30.543	25.480	3.569	1.494

Teniendo en cuenta que el grueso de la ocupación que generan los Centros de Compras corresponde a locales comerciales y actividades tercerizadas, se realizó en julio de 2008 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 (85,8%), administrativos (4,2%), tareas de vigilancia (4,7%), tareas de limpieza (4,7%) y otras tareas (0,5%).

Cuadro 11. Cantidad de ocupados en los Centros de Compras. Julio 2008.

Locales activos	Total	Administrativos	Locales comerciales	Vigilancia	Limpieza	Otros
Total	20.807	880	17.859	978	983	107
Ciudad de Buenos Aires	9.654	566	7.957	488	572	71
24 partidos de la prov. de Buenos Aires	11.153	314	9.902	490	411	36

En términos de cantidad total de locales, los rubros que tienen la mayor participación son Indumentaria (50,8%), Patio de comidas (16%), Otros (9,7%) y Amoblamientos (7,1%), 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 (15,6%), Otros (8%) y Amoblamientos (7,6%); el resto no supera el 5%.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (48,3%), Patio de comidas (16,3%), Otros (11,4%), Amoblamientos (6,6%) y Ropa deportiva (5,5%); el resto no supera el 5%.

Cuadro 12. Cantidad de locales activos por rubro según jurisdicción

Grupos de artículos	Cantidad de locales activos		
	2008	2009	
	Marzo	Febrero	Marzo
Total del Gran Bs.As.	2.343	2.265	2.266
Indumentaria calzado y marroquinería	1.136	1.149	1.150
Ropa y accesorios deportivos	101	103	104
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	219	162	161
Patio de comidas, alimentos y kioscos	380	360	362
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	81	75	75
Juguetería	37	37	37
Librería y papelería	41	36	36
Diversión y esparcimiento	49	43	43
Perfumería y farmacia	75	78	78
Otros	224	222	220
Ciudad de Buenos Aires	1.180	1.144	1.144
Indumentaria calzado y marroquinería	617	609	608
Ropa y accesorios deportivos	41	42	42
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	90	87	87
Patio de comidas, alimentos y kioscos	190	177	179
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	34	29	29
Juguetería	17	18	18
Librería y Papelería	23	21	21
Diversión y esparcimiento	22	21	21
Perfumería y Farmacia	49	47	47
Otros	97	93	92
24 partidos de la prov. de Bs.As.	1.163	1.121	1.122
Indumentaria calzado y marroquinería	519	540	542
Ropa y accesorios deportivos	60	61	62
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	129	75	74
Patio de comidas, alimentos y kioscos	190	183	183
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	47	46	46
Juguetería	20	19	19
Librería y papelería	18	15	15
Diversión y esparcimiento	27	22	22
Perfumería y farmacia	26	31	31
Otros	127	129	128

Teniendo en cuenta la composición por rubro del área bruta locativa total, se observa que la mayor participación corresponde al rubro Indumentaria (32,3%), seguido por Diversión (19,6%), Patio de comidas (13,3%), Otros (11,9%) y Ropa deportiva (5,9%), mientras que el resto no supera el 5%.

En Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (35,7%), Diversión (19,8%), Patio de comidas (13,8%), Amoblamientos (6,5%), Otros (6,4%), Electrónicos (5,5%) y Ropa deportiva (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 (30%), Diversión (19,5%), Otros (15,6%), Patio de comidas (12,9%), y Ropa deportiva (6,3%) en tanto que el resto no supera el 5%.

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

Grupos de artículos	Metros cuadrados		
	2008	2009	
	Marzo	Febrero	Marzo
Total del Gran Bs.As.	422.349	405.755	405.155
Indumentaria calzado y marroquinería	118.268	129.582	131.040
Ropa y accesorios deportivos	24.003	22.799	23.738
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	41.770	20.265	20.042
Patio de comidas, alimentos y kioscos	59.560	53.656	53.742
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	27.292	26.354	26.354
Juguetería	6.843	6.293	6.293
Librería y papelería	7.306	7.237	7.237
Diversión y esparcimiento	100.733	79.498	79.498
Perfumería y farmacia	8.676	9.184	9.184
Otros	27.898	50.887	48.027
Ciudad de Buenos Aires	170.501	166.137	165.894
Indumentaria calzado y marroquinería	57.623	59.436	59.203
Ropa y accesorios deportivos	8.659	8.677	8.677
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	11.161	10.887	10.840
Patio de comidas, alimentos y kioscos	25.076	22.885	22.971
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	10.046	9.088	9.088
Juguetería	1.898	1.875	1.875
Librería y papelería	4.431	4.475	4.475
Diversión y esparcimiento	35.366	32.768	32.768
Perfumería y farmacia	5.353	5.372	5.372
Otros	10.888	10.674	10.625
24 partidos de la prov. de Bs.As.	251.848	239.618	239.261
Indumentaria calzado y marroquinería	60.645	70.146	71.837
Ropa y accesorios deportivos	15.344	14.122	15.061
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	30.609	9.378	9.202
Patio de comidas, alimentos y kioscos	34.484	30.771	30.771
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	17.246	17.266	17.266
Juguetería	4.945	4.418	4.418
Librería y papelería	2.875	2.762	2.762
Diversión y esparcimiento	65.367	46.730	46.730
Perfumería y farmacia	3.323	3.812	3.812
Otros	17.010	40.213	37.402

Cuadro 14. Ventas promedio por local activo¹ a precios corrientes, por rubro, según jurisdicción

Período	Total	Indumentaria, calzado y marroquinería	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	Patio de comodidades 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											
2008 Marzo	247,7	223,3	448,6	157,4	171,1	1333,8	159,4	210,8	375,5	205,1	114,3
2009 Febrero	208,4	175,1	333,1	148,9	174,8	979,1	126,7	237,1	504,9	193,0	116,9
Marzo	244,1	210,3	424,2	195,5	178,6	1229,4	137,8	277,8	415,9	216,5	131,0
Ciudad de Buenos Aires											
2008 Marzo	241,6	243,3	423,5	177,6	176,2	988,9	149,1	219,2	319,5	208,3	100,2
2009 Febrero	190,5	174,7	314,4	130,0	179,8	781,6	109,3	223,2	363,5	213,9	88,9
Marzo	230,6	223,4	396,6	155,9	190,5	958,6	128,0	280,3	319,7	240,6	105,5
24 partidos de la provincia de Buenos Aires											
2008 Marzo	253,9	199,4	465,7	143,3	165,9	1583,3	168,2	200,2	421,1	199,2	125,1
2009 Febrero	226,5	175,6	346,0	171,0	169,9	1103,5	143,3	256,4	639,8	161,2	137,1
Marzo	257,7	195,7	442,8	242,1	167,0	1400,1	147,2	274,2	507,7	180,0	149,3

Cuadro 15. Ventas promedio por m² a precios corrientes, por rubro, según jurisdicción

Período	Total	Indumentaria, calzado y marroquinería	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	Patio de comodidades y kioscos	Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	Juguetería	Librería y papelería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
en \$											
Total del Gran Buenos Aires											
2008 Marzo	1.374	2.145	1.888	825	1.091	3.959	862	1.183	183	1.598	701
2009 Febrero	1.163	1.553	1.505	1.191	1.173	2.786	745	1.179	273	1.639	510
Marzo	1.365	1.846	1.858	1.571	1.203	3.499	810	1.382	225	1.839	600
Ciudad de Buenos Aires											
2008 Marzo	1.672	2.606	2.005	1.432	1.335	3.347	1.336	1.138	199	1.906	893
2009 Febrero	1.312	1.790	1.522	1.038	1.391	2.494	1.049	1.048	233	1.872	775
Marzo	1.590	2.294	1.920	1.252	1.485	3.059	1.229	1.315	205	2.105	913
24 partidos de la provincia de Buenos Aires											
2008 Marzo	1.172	1.707	1.821	604	914	4.315	680	1.253	174	1.559	934
2009 Febrero	1.060	1.352	1.494	1.367	1.010	2.940	616	1.392	301	1.311	440
Marzo	1.209	1.477	1.823	1.947	993	3.730	633	1.489	239	1.464	511

La concurrencia a las 171 salas cinematográficas en el mes de marzo de 2009 fue de 905.544 espectadores, en tanto que el promedio por sala fue 5.296 personas.

En Ciudad de Buenos Aires, la cantidad de salas ascendió a 58 y los espectadores sumaron 446.939, con una cantidad promedio de 7.706 personas por sala.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, la cantidad de salas ascendió a 113, los espectadores fueron 458.605 y el promedio de personas por sala fue 4.058.

Cuadro 16. Cantidad de salas cinematográficas, cantidad de espectadores y cantidad de espectadores por sala, por jurisdicción

Período	Cantidad de salas cinematográficas	Cantidad de espectadores	Cantidad promedio de espectadores por sala
Total del Gran Buenos Aires			
2008 Marzo	171	1.014.519	5.933
2009 Febrero	171	1.054.392	6.166
Marzo	171	905.544	5.296
Ciudad de Buenos Aires			
2008 Marzo	58	464.744	8.013
2009 Febrero	58	480.553	8.285
Marzo	58	446.939	7.706
24 partidos de la provincia de Buenos Aires			
2008 Marzo	113	549.775	4.865
2009 Febrero	113	573.839	5.078
Marzo	113	458.605	4.058

En el mes de marzo de 2009, el total de personal dependiente de las administraciones de los centros de compras ascendió a 1.151 personas.

Cuadro 17. Cantidad de personal ocupado de las administraciones de los Centros de Compras¹.

Período	Total del Gran Buenos Aires	Ciudad de Buenos Aires	24 partidos de la provincia de Buenos Aires
Total del Gran Buenos Aires			
2008 Marzo	1.152	733	419
2009 Febrero	1.151	738	413
Marzo	1.151	739	412

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 \$ 54,7 millones, correspondiendo \$ 26,7 millones a Ciudad de Buenos Aires y \$ 28 millones a 24 partidos de la provincia de Buenos Aires. Si se los compara con marzo de 2008, se observa una variación positiva del 18,4%.

Cuadro 18. Ingresos de las administraciones de los Centros de Compras, por jurisdicción

Período	Total del Gran Buenos Aires	Ciudad de Buenos Aires	24 partidos de la provincia de Buenos Aires
		en miles de \$	
Total del Gran Buenos Aires			
2008 Marzo	46.178	25.211	22.967
2009 Febrero	55.060	28.291	26.769
Marzo	54.694	26.661	28.033

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/Descripción%20de%20la%20Construcción%20de%20los%20índices).

Cuadro 6

- **Cálculo del índice de precios implícitos.** El valor mensual surge como el cociente entre el índice de precios corrientes y el índice de precios constantes, ambos con base abril 2008.

Cuadro 8

- **Cálculo de la serie a Precios Corrientes.** La serie utiliza como base la facturación de abril de 2008.

- **Cálculo de la serie a Precios Constantes.** La serie se calcula dividiendo la facturación de cada mes a precios de abril de 2008 por la facturación del mes base.

Características del ajuste estacional:

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

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

Estimación de la Tendencia - Ciclo:

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

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

Signos convencionales

- * Dato provisorio
- ... Dato no disponible a la fecha de presentación de los resultados
- /// Dato que no corresponde presentar debido a la naturaleza de las cosas
- Dato igual a cero
- s Dato resguardado por el secreto estadístico