



Buenos Aires, 26 de mayo de 2010

Encuesta de Centros de Compras

Abril de 2010

En el mes de abril de 2010, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 33 centros de compras. De ellos, 17 se encuentran ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y los 16 restantes, en el conurbano bonaerense.

Ventas a precios corrientes con estacionalidad

Las ventas a precios corrientes en abril de 2010 alcanzaron los \$854 millones de pesos, lo que significa un incremento de 4,2% respecto al mes inmediatamente anterior y una suba de 42% en relación a igual mes del año anterior.

La variación interanual de las ventas de los cuatro primeros meses de 2010 registró un aumento de 41,7% respecto a igual período del año anterior.

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

Período	Ventas en millones de pesos	Mes anterior	Variación porcentual	
			Igual período año anterior	Del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período año anterior
2008	7.436,2	22,1	///	///
2009	8.394,1	12,9	///	///
2009 Abr	601,5	8,8	3,8	2,3
2010 Mar	819,9	23,0	48,3	41,6
2010 Abr*	854,0	4,2	42,0	41,7

Ventas a precios constantes desestacionalizadas

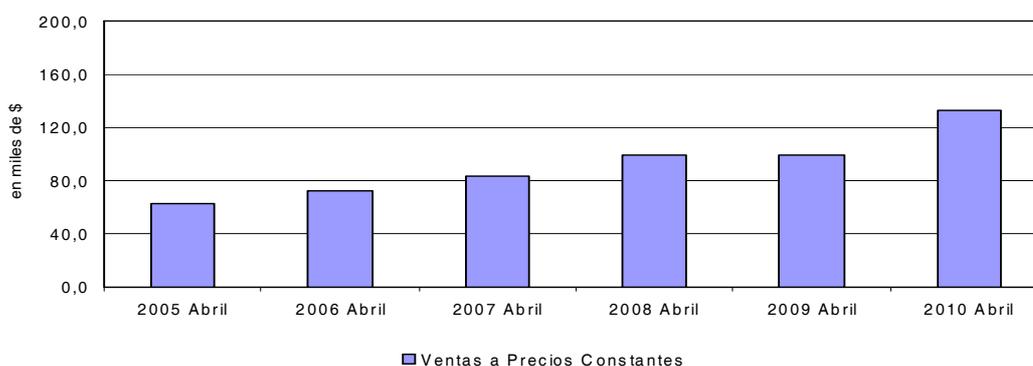
En el mes de abril de 2010 las ventas desestacionalizadas a precios constantes tuvieron un aumento de 0,1% respecto al mes inmediatamente anterior y una suba de 34,1% en relación a igual mes del año anterior.

La tendencia ciclo de la serie se incrementó 0,8%.

Cuadro 2. Ventas a precios constantes

Período	Variación porcentual		
	Mes anterior		Igual período año anterior
	Desestacionalizada	Tendencia ciclo	Desestacionalizada
2009 Abr	7,4	1,5	-0,6
2010 Mar	1,7	1,3	43,8
2010 Abr*	0,1	0,8	34,1

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 2010

En el mes de marzo de 2010, las ventas totales de los 33 centros de compras ubicados en Ciudad de Buenos Aires y en 24 partidos de la provincia de Buenos Aires sumaron \$819,9 millones, lo que representa un incremento de 48,3% respecto al mismo mes del año anterior.

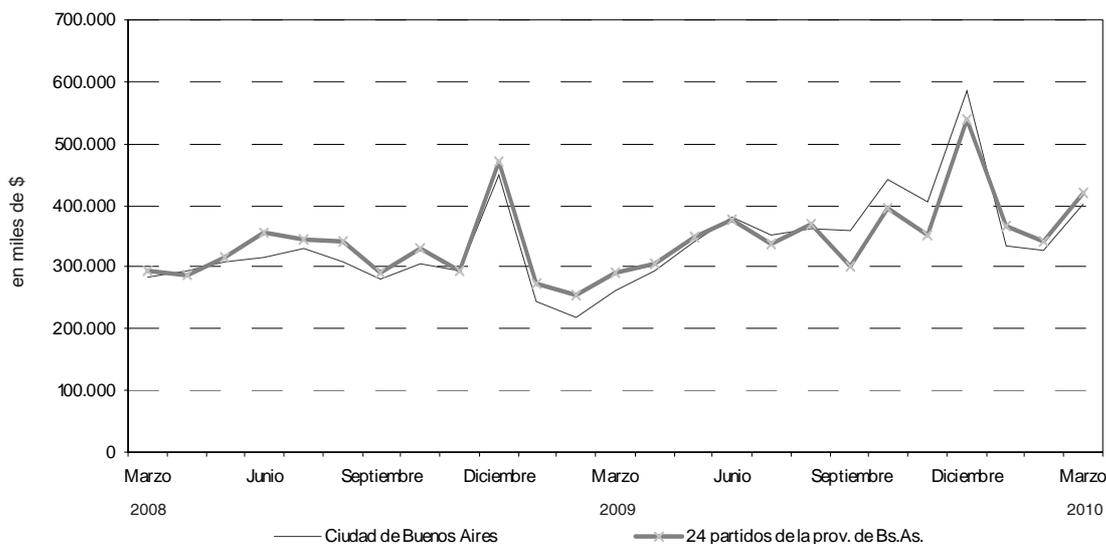
En Ciudad de Buenos Aires, las ventas del mes de marzo de 2010 aumentaron 51,9% respecto al mismo mes del año anterior.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, las ventas del mes de marzo de 2010 aumentaron 44,9% 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		
	2009		2010	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.	553.023	666.750	819.900	23,0	48,3	41,6
Ciudad de Buenos Aires	263.842	327.282	400.741	22,4	51,9	46,1
24 partidos de la prov. de Bs.As.	289.181	339.283	419.159	23,5	44,9	37,5

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 2010 con las del mismo mes del año anterior, se observa que los rubros que registraron un incremento significativo fueron Electrónicos (105,5%), Ropa deportiva (55%) y Juguetería (42,6%).

En Ciudad de Buenos Aires, los rubros que registran las variaciones más altas respecto al mismo mes del año anterior fueron Otros (141,1%), Electrónicos (101,2%), y Amoblamiento y decoración (61,9%).

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, las mayores variaciones respecto al mismo mes del año anterior corresponden a Electrónicos (107,3%), Ropa deportiva (51,2%) y Diversión y esparcimiento (42,4%).

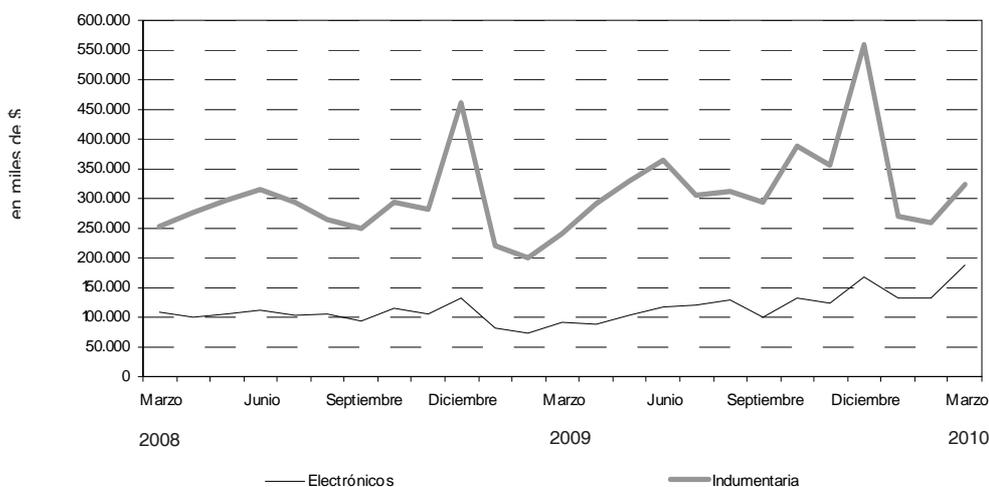
Cuadro 4. Evolución de las ventas a precios corrientes, por rubros, según jurisdicción. Variaciones porcentuales

Grupos de artículos	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual		
	2009	2010		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.	553.023	666.750	819.900	23,0	48,3	41,6
Indumentaria calzado y marroquinería	241.882	258.450	322.075	24,6	33,2	28,5
Ropa y accesorios deportivos	44.113	55.711	68.389	22,8	55,0	53,9
Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	31.480	35.959	44.424	23,5	41,1	43,7
Patio de comidas, alimentos y kioscos	64.665	85.742	90.811	5,9	40,4	37,2
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	92.202	130.929	189.459	44,7	105,5	81,5
Juguetería	5.100	6.674	7.272	9,0	42,6	9,7
Librería y papelería	9.999	10.647	12.169	14,3	21,7	19,9
Diversión y esparcimiento	17.883	29.387	25.068	-14,7	40,2	40,2
Perfumería y Farmacia	16.888	21.650	22.892	5,7	35,6	34,4
Otros	28.811	31.601	37.341	18,2	29,6	37,8
Ciudad de Buenos Aires	263.842	327.467	400.741	22,4	51,9	46,1
Indumentaria calzado y marroquinería	135.797	147.953	189.367	28,0	39,4	36,0
Ropa y accesorios deportivos	16.658	21.779	26.868	23,4	61,3	59,0
Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	13.567	18.100	21.959	21,3	61,9	57,5
Patio de comidas, alimentos y kioscos	34.104	45.153	47.371	4,9	38,9	41,2
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	27.799	40.933	55.934	36,6	101,2	80,7
Juguetería	2.304	3.329	3.657	9,9	58,7	36,6
Librería y papelería	5.886	5.829	7.387	26,7	25,5	22,2
Diversión y esparcimiento	6.714	10.215	9.164	-10,3	36,5	41,6
Perfumería y Farmacia	11.309	14.778	15.351	3,9	35,7	33,8
Otros	9.704	19.398	23.683	22,1	144,1	105,9
24 partidos de la prov. de Bs.As.	289.181	339.283	419.159	23,5	44,9	37,5
Indumentaria calzado y marroquinería	106.085	110.497	132.708	20,1	25,1	19,4
Ropa y accesorios deportivos	27.455	33.932	41.521	22,4	51,2	50,7
Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	17.913	17.859	22.465	25,8	25,4	32,3
Patio de comidas, alimentos y kioscos	30.561	40.589	43.440	7,0	42,1	33,0
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	64.403	89.996	133.525	48,4	107,3	81,9
Juguetería	2.796	3.345	3.615	8,1	29,3	-8,8
Librería y papelería	4.113	4.818	4.782	-0,7	16,3	16,9
Diversión y esparcimiento	11.169	19.172	15.904	-17,0	42,4	39,4
Perfumería y Farmacia	5.579	6.872	7.541	9,7	35,2	35,8
Otros	19.107	12.203	13.658	11,9	-28,5	5,2

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

Grupos de artículos	Composición porcentual de las ventas		
	2009	2010	
	Marzo	Febrero	Marzo
Total del Gran Bs.As.	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	43,7	38,8	39,3
Ropa y accesorios deportivos	8,0	8,4	8,3
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	5,7	5,4	5,4
Patio de comidas, alimentos y kioscos	11,7	12,9	11,1
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	16,7	19,6	23,1
Juguetería	0,9	1,0	0,9
Librería y papelería	1,8	1,6	1,5
Diversión y esparcimiento	3,2	4,4	3,1
Perfumería y farmacia	3,1	3,2	2,8
Otros	5,2	4,7	4,6
Ciudad de Buenos Aires	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	51,5	45,2	47,3
Ropa y accesorios deportivos	6,3	6,7	6,7
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	5,1	5,5	5,5
Patio de comidas, alimentos y kioscos	12,9	13,8	11,8
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	10,5	12,5	14,0
Juguetería	0,9	1,0	0,9
Librería y papelería	2,2	1,8	1,8
Diversión y esparcimiento	2,5	3,1	2,3
Perfumería y farmacia	4,3	4,5	3,8
Otros	3,7	5,9	5,9
24 partidos de la prov. de Bs.As.	100,0	100,0	100,0
Indumentaria calzado y marroquinería	36,7	32,6	31,7
Ropa y accesorios deportivos	9,5	10,0	9,9
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	6,2	5,3	5,4
Patio de comidas, alimentos y kioscos	10,6	12,0	10,4
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	22,3	26,5	31,9
Juguetería	1,0	1,0	0,9
Librería y papelería	1,4	1,4	1,1
Diversión y esparcimiento	3,9	5,7	3,8
Perfumería y farmacia	1,9	2,0	1,8
Otros	6,6	3,6	3,3

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

	2007	2008	2009	2010
	99,0	101,5	106,0	
Enero	95,6	100,0	104,0	109,7
Febrero	95,1	99,2	104,0	109,9
Marzo	98,3	99,5	103,9	109,9
Abril	100,6	100,0	104,6	110,9*
Mayo	101,3	100,4	105,0	
Junio	101,5	101,7	105,2	
Julio	99,2	102,3	105,4	
Agosto	97,7	101,8	106,2	
Septiembre	98,6	102,3	107,1	
Octubre	98,8	103,1	107,7	
Noviembre	100,6	103,6	108,8	
Diciembre	101,1	104,4	109,8	

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

	2007	2008	2009	2010
	7,5	2,9	4,4	
Enero	11,9	4,6	4,0	5,5
Febrero	12,2	4,4	4,8	5,7
Marzo	11,0	1,2	4,4	5,8
Abril	9,3	-0,6	4,6	6,0*
Mayo	8,1	-0,9	4,6	
Junio	8,7	0,2	3,4	
Julio	8,3	3,1	3,0	
Agosto	6,6	4,2	4,3	
Septiembre	3,8	3,8	4,7	
Octubre	2,6	4,4	4,5	
Noviembre	3,7	3,0	5,0	
Diciembre	3,8	3,3	5,2	

La variación del Índice de Precios Implícitos de la Encuesta de Centros de Compras surge de ponderar la variación de los precios relevados en el Índice de Precios al Consumidor por el peso de los diferentes productos que integran los distintos rubros relevados en el período base.

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

Período	Precios Corrientes				Precios Constantes				Desestacionalizada Precios Constantes				Tendencia Ciclo	
	Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales
		Mensual	Interanual		Mensual	Interanual		Mensual	Interanual		Mensual	Interanual		
2007	Abr	83,8	9,5	25,1	83,3	6,9	14,4	84,6	3,1	17,5	83,3	1,7	1,7	
	May	82,9	-1,1	23,3	81,8	-1,8	14,1	83,4	-1,5	13,3	84,7	1,7	1,7	
	Jun	91,3	10,1	37,2	89,9	9,9	26,3	85,7	2,8	22,9	86,3	1,8	1,8	
	Jul	97,3	6,6	30,7	98,1	9,1	20,7	88,1	2,8	24,0	87,9	1,9	1,9	
	Ago	87,9	-9,7	28,4	89,9	-8,4	20,3	91,2	3,5	20,2	89,7	2,0	2,0	
	Sep	84,1	-4,3	32,2	85,3	-5,1	27,3	90,8	-0,4	23,2	91,5	2,0	2,0	
	Oct	94,2	12,1	25,1	95,4	11,8	21,8	93,5	3,0	24,5	93,4	2,1	2,1	
	Nov	88,6	-6,0	28,9	88,1	-7,7	24,3	95,1	1,7	24,5	95,3	2,1	2,1	
	Dic	140,0	58,0	27,1	138,5	57,2	22,5	95,1	-0,1	23,2	97,3	2,0	2,0	
2008	Ene	84,0	-40,0	29,4	84,0	-39,4	23,7	99,4	4,6	24,6	99,2	2,0	2,0	
	Feb	77,6	-7,6	31,7	78,2	-6,9	26,1	99,3	-0,1	22,8	101,1	1,9	1,9	
	Mar	100,1	29,0	30,8	100,6	28,6	29,1	103,3	4,0	25,9	102,8	1,7	1,7	
	Abr	100,0	-0,1	19,3	100,0	-0,6	20,0	104,4	1,0	23,3	104,2	1,4	1,4	
	May	107,9	7,9	30,2	107,5	7,5	31,4	106,6	2,2	27,9	105,2	1,0	1,0	
	Jun	115,7	7,2	26,8	113,8	5,9	26,6	108,2	1,5	26,2	105,8	0,5	0,5	
	Jul	116,4	0,6	19,6	113,8	0,0	16,0	104,6	-3,3	18,7	105,9	0,1	0,1	
	Ago	111,8	-4,0	27,2	109,9	-3,4	22,2	105,9	1,2	16,1	105,6	-0,3	-0,3	
	Sep	98,8	-11,6	17,5	96,5	-12,2	13,1	107,4	1,4	18,2	104,9	-0,6	-0,6	
	Oct	109,8	11,1	16,5	106,5	10,4	11,6	104,2	-3,0	11,4	104,1	-0,8	-0,8	
	Nov	102,0	-7,1	15,1	98,4	-7,6	11,7	101,2	-2,8	6,5	103,2	-0,8	-0,8	
	Dic	158,6	55,6	13,3	152,0	54,5	9,7	110,1	8,7	15,8	102,5	-0,7	-0,7	
2009	Ene	89,5	-43,6	6,6	86,1	-43,4	2,5	100,2	-9,0	0,8	102,2	-0,3	-0,3	
	Feb	81,4	-9,0	4,9	78,3	-9,1	0,1	102,2	2,0	3,0	102,4	0,2	0,2	
	Mar	95,4	17,2	-4,7	91,8	17,2	-8,7	96,6	-5,5	-6,5	103,3	0,9	0,9	
	Abr	103,8	8,8	3,8	99,2	8,1	-0,8	103,7	7,4	-0,6	104,9	1,5	1,5	
	May	118,5	14,2	9,8	112,8	13,7	4,9	108,9	5,0	2,1	107,0	2,0	2,0	
	Jun	131,0	10,5	13,2	124,6	10,5	9,5	121,0	11,1	11,8	109,6	2,4	2,4	
	Jul	118,6	-9,5	1,9	112,6	-9,6	-1,1	103,5	-14,4	-1,1	112,6	2,7	2,7	
	Ago	126,5	6,7	13,1	119,0	5,7	8,3	114,5	10,7	8,2	115,9	2,9	2,9	
	Sep	115,5	-8,7	16,9	107,9	-9,3	11,8	119,7	4,5	11,5	119,4	3,0	3,0	
	Oct	144,7	25,3	31,8	134,3	24,5	26,1	128,0	6,9	22,9	123,0	3,0	3,0	
	Nov	130,6	-9,7	28,1	120,0	-10,6	22,0	126,8	-1,0	25,2	126,5	2,9	2,9	
	Dic	193,8	48,4	22,2	176,5	47,1	16,1	127,8	0,8	16,1	129,9	2,7	2,7	
2010	Ene	120,7	-37,7	34,8	110,0	-37,7	27,8	125,8	-1,6	25,5	132,9	2,3	2,3	
	Feb	115,0	-4,7	41,3	104,6	-4,9	33,6	136,6	8,6	33,6	135,3	1,8	1,8	
	Mar	141,4	23,0	48,3	128,7	23,0	40,2	138,9	1,7	43,8	137,1	1,3	1,3	
	Abr*	147,3	4,2	42,0	132,8	3,2	33,9	139,0	0,1	34,1	138,2	0,8	0,8	

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

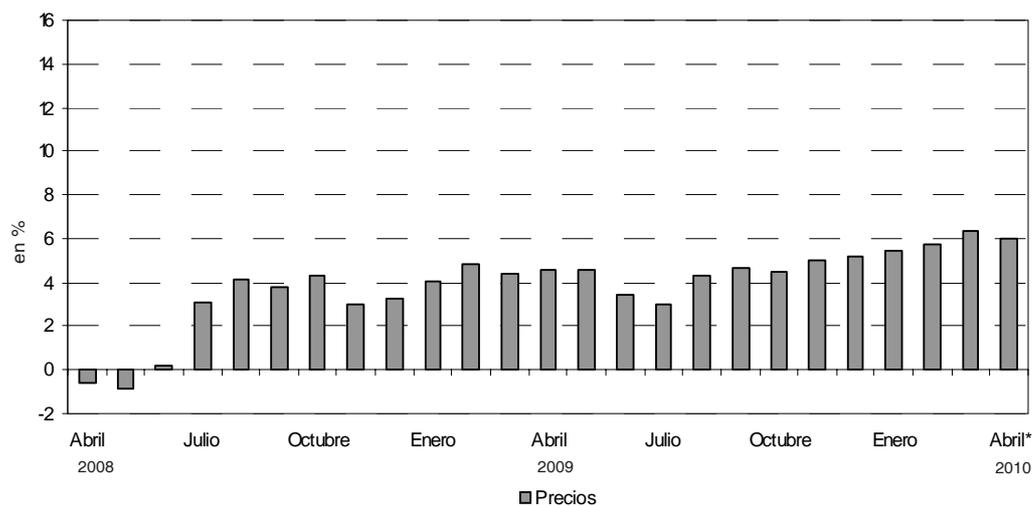
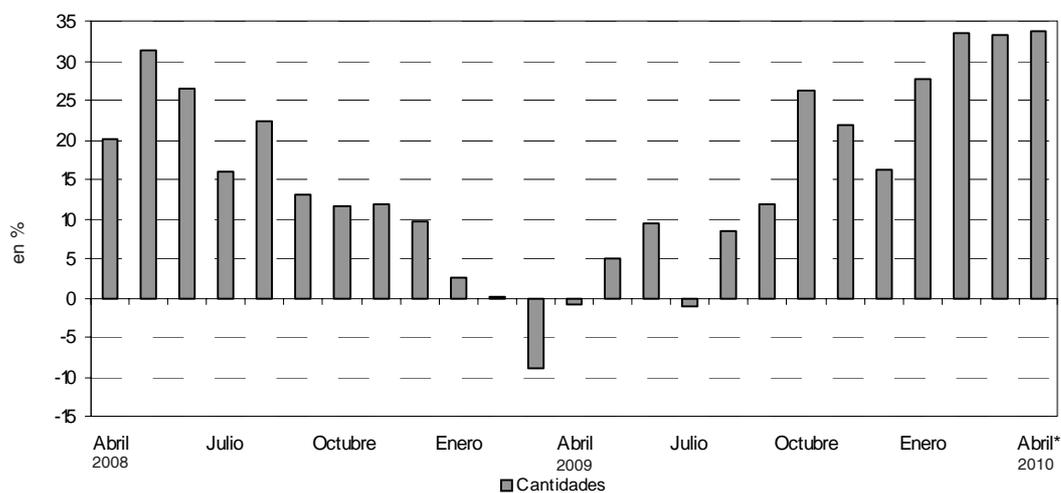


Gráfico 5. Cantidades, variación porcentual respecto a igual período del año anterior



En el mes de marzo de 2010, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 33 centros de compras. De ellos, 17 se encuentran ubicados en Ciudad de Buenos Aires y los 16 restantes, en 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

En Ciudad de Buenos Aires, 13 de los 17 centros de compras tienen menos de 100 locales y los 4 restantes, más de 100 locales.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, 11 de los 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
2009 Marzo	32	10	22	17	5	12	15	5	10
2010 Febrero	33	9	24	17	4	13	16	5	11
Marzo	33	9	24	17	4	13	16	5	11

En estos centros de compras, en el mes de marzo de 2010 se encuentran ubicados 2.694 locales, de los cuales el 91,8% está en actividad e informa ventas, mientras que el 1,7% corresponde al rubro Otros (estudios jurídicos, consultorios médicos, etc.) y el 6,5% 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 509,5 miles de m², está en condición de activo con volumen de ventas disponible el 91,5%, el 1,4% corresponde al rubro Otros en tanto que el 7% está inactivo especialmente por reformas o por destinarse a alquilar.

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								
2009 Marzo	2.534	2.336	2.266	70	198	155	29	14
2010 Febrero	2.693	2.514	2.465	49	179	170	4	5
Marzo	2.694	2.519	2.472	47	175	166	4	5
Area Bruta Locativa								
2009 Marzo	448.760	418.217	405.155	13.062	30.543	25.480	3.569	1.494
2010 Febrero	509.515	473.548	465.721	7.827	35.967	33.304	789	1.874
Marzo	509.520	473.681	466.349	7.332	35.839	33.176	789	1.874

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 2009 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 (82,2%), administrativos (6,9%), tareas de vigilancia (5,3%), tareas de limpieza (4,3%) y otras tareas (1,3%).

Cuadro 11. Cantidad de ocupados en los Centros de Compras. Julio 2009.

Locales activos	Total	Administrativos	Locales comerciales	Vigilancia	Limpieza	Otros
Total	22.225	1527	18.270	1.190	948	290
Ciudad de Buenos Aires	11.616	624	9.394	743	586	269
24 partidos de la prov. de Buenos Aires	10.609	903	8.876	447	362	21

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

En la Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (53,5%), Patio de comidas (15,3%), Otros (7,6%) y Amoblamientos (6,8%); el resto no supera el 5%.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (49,7%), Patio de comidas (14,7%), Otros (9,9%), Amoblamientos (9,3%) y Ropa deportiva (6%); el resto no supera el 5%.

Cuadro 12. Cantidad de locales activos por rubro según jurisdicción

Grupos de artículos	Cantidad de locales activos		
	2009	2010	
	Marzo	Febrero	Marzo
Total del Gran Bs.As.	2.266	2.465	2.472
Indumentaria calzado y marroquinería	1.150	1.272	1.278
Ropa y accesorios deportivos	104	122	122
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	161	198	198
Patio de comidas, alimentos y kioscos	362	369	371
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	75	81	81
Juguetería	37	44	44
Librería y papelería	36	35	35
Diversión y esparcimiento	43	45	45
Perfumería y farmacia	78	83	83
Otros	220	216	215
Ciudad de Buenos Aires	1.144	1.279	1.283
Indumentaria calzado y marroquinería	608	683	687
Ropa y accesorios deportivos	42	51	51
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	87	87	87
Patio de comidas, alimentos y kioscos	179	195	196
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	29	34	34
Juguetería	18	26	26
Librería y Papelería	21	23	23
Diversión y esparcimiento	21	26	26
Perfumería y Farmacia	47	56	56
Otros	92	98	97
24 partidos de la prov. de Bs.As.	1.122	1.186	1.189
Indumentaria calzado y marroquinería	542	589	591
Ropa y accesorios deportivos	62	71	71
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	74	111	111
Patio de comidas, alimentos y kioscos	183	174	175
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	46	47	47
Juguetería	19	18	18
Librería y papelería	15	12	12
Diversión y esparcimiento	22	19	19
Perfumería y farmacia	31	27	27
Otros	128	118	118

Teniendo en cuenta la composición por rubro del área bruta locativa total, se observa que la mayor participación corresponde al rubro Indumentaria (31,9%), seguido por Diversión (19%), Patio de comidas (12%), Otros (11%), Amoblamientos (7,8%), Electrónicos (6,8%) y Ropa deportiva (6,5%). En tanto que el resto no supera el 5%.

En Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (37,7%), Diversión (20,7%), Patio de comidas (11%), Electrónicos (6,2%), Otros (6,1%) Amoblamientos (5,8%) y Ropa deportiva (5,7%), 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 (27,6%), Diversión (17,8%), Otros (14,6%), Patio de comidas (12,7%), Amoblamientos (9,2%), Electrónicos (7,2%) y Ropa deportiva (7,1%). 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		
	2009	2010	
	Marzo	Febrero	Marzo
Total del Gran Bs.As.	405.155	465.721	466.349
Indumentaria calzado y marroquinería	131.040	148.031	148.562
Ropa y accesorios deportivos	23.738	30.229	30.365
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	20.042	36.220	36.220
Patio de comidas, alimentos y kioscos	53.742	55.941	56.048
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	26.354	31.625	31.625
Juguetería	6.293	7.056	7.056
Librería y papelería	7.237	7.078	7.078
Diversión y esparcimiento	79.498	88.666	88.666
Perfumería y farmacia	9.184	9.302	9.302
Otros	48.027	51.573	51.427
Ciudad de Buenos Aires	165.894	196.711	197.161
Indumentaria calzado y marroquinería	59.203	73.981	74.308
Ropa y accesorios deportivos	8.677	11.017	11.153
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	10.840	11.458	11.458
Patio de comidas, alimentos y kioscos	22.971	21.710	21.759
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	9.088	12.160	12.160
Juguetería	1.875	2.828	2.828
Librería y papelería	4.475	4.765	4.765
Diversión y esparcimiento	32.768	40.821	40.821
Perfumería y farmacia	5.372	5.849	5.849
Otros	10.625	12.122	12.060
24 partidos de la prov. de Bs.As.	239.261	269.010	269.188
Indumentaria calzado y marroquinería	71.837	74.050	74.254
Ropa y accesorios deportivos	15.061	19.212	19.212
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	9.202	24.762	24.762
Patio de comidas, alimentos y kioscos	30.771	34.231	34.289
Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	17.266	19.465	19.465
Juguetería	4.418	4.228	4.228
Librería y papelería	2.762	2.313	2.313
Diversión y esparcimiento	46.730	47.845	47.845
Perfumería y farmacia	3.812	3.453	3.453
Otros	37.402	39.451	39.367

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 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											
2009 Marzo	244,1	210,3	424,2	195,5	178,6	1229,4	137,8	277,8	415,9	216,5	131,0
2010 Febrero	270,5	203,2	456,6	181,6	232,4	1616,4	151,7	304,2	653,0	260,8	146,3
Marzo	331,7	252,0	560,6	224,4	244,8	2339,0	165,3	347,7	557,1	275,8	173,7
Ciudad de Buenos Aires											
2009 Marzo	230,6	223,4	396,6	155,9	190,5	958,6	128,0	280,3	319,7	240,6	105,5
2010 Febrero	256,0	216,6	427,0	208,0	231,6	1203,9	128,0	253,4	392,9	263,9	197,9
Marzo	312,3	275,6	526,8	252,4	241,7	1645,1	140,7	321,2	352,5	274,1	244,2
24 partidos de la provincia de Buenos Aires											
2009 Marzo	257,7	195,7	442,8	242,1	167,0	1400,1	147,2	274,2	507,7	180,0	149,3
2010 Febrero	286,1	187,6	477,9	160,9	233,3	1914,8	185,8	401,5	1009,1	254,5	103,4
Marzo	352,5	224,5	584,8	202,4	248,2	2841,0	200,8	398,5	837,1	279,3	115,7

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 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											
2009 Marzo	1.365	1.846	1.858	1.571	1.203	3.499	810	1.382	225	1.839	600
2010 Febrero	1.432	1.746	1.843	993	1.533	4.140	946	1.504	331	2.327	613
Marzo	1.758	2.168	2.252	1.227	1.620	5.991	1.031	1.719	283	2.461	726
Ciudad de Buenos Aires											
2009 Marzo	1.590	2.294	1.920	1.252	1.485	3.059	1.229	1.315	205	2.105	913
2010 Febrero	1.665	2.000	1.977	1.580	2.080	3.366	1.177	1.223	250	2.527	1.600
Marzo	2.033	2.548	2.409	1.916	2.177	4.600	1.293	1.550	224	2.625	1.964
24 partidos de la provincia de Buenos Aires											
2009 Marzo	1.209	1.477	1.823	1.947	993	3.730	633	1.489	239	1.464	511
2010 Febrero	1.261	1.492	1.766	721	1.186	4.623	791	2.083	401	1.990	309
Marzo	1.557	1.787	2.161	907	1.267	6.860	855	2.067	332	2.184	347

La concurrencia a las 161 salas cinematográficas en el mes de marzo de 2010 fue de 1.088.608 espectadores. En tanto, el promedio por sala fue 6.762 personas.

En Ciudad de Buenos Aires, la cantidad de salas ascendió a 52 y los espectadores sumaron 546.024, con una cantidad promedio de 10.500 personas por sala.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, la cantidad de salas ascendió a 109, los espectadores fueron 542.584 y el promedio de personas por sala fue 4.972.

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			
2009 Marzo	171	905.544	5.296
2010 Febrero	161	1.159.799	7.204
Marzo	161	1.088.608	6.762
Ciudad de Buenos Aires			
2009 Marzo	58	446.939	7.706
2010 Febrero	52	533.881	10.267
Marzo	52	546.024	10.500
24 partidos de la provincia de Buenos Aires			
2009 Marzo	113	458.605	4.058
2010 Febrero	109	625.918	5.742
Marzo	109	542.584	4.978

En el mes de marzo de 2010, el total de personal dependiente de las administraciones de los centros de compras ascendió a 1.248 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			
2009 Marzo	1.151	739	412
2010 Febrero	1.217	802	415
Marzo	1.248	809	439

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 \$67,1 millones, correspondiendo \$36 millones a Ciudad de Buenos Aires y \$31,1 millones a 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

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

Período	Total del Gran Buenos Aires	Ciudad de Buenos Aires	24 partidos de la provincia de Buenos Aires
Total del Gran Buenos Aires		en miles de \$	
2009 Marzo	54.694	26.661	28.033
2010 Febrero	74.461	43.662	30.799
Marzo	67.183	36.040	31.143

Síntesis metodológica

Los cálculos requeridos para los índices de este informe requieren deflataciones. Para tal fin, se construyeron índices de precios Laspeyres con ponderadores e índices del IPC dentro de cada Grupo de artículos. Un detalle con fórmulas aparece en [www.indec.gov.ar/Comercio y Servicios/Comercio/Centros de compras/Descripción de la Construcción de los índices](http://www.indec.gov.ar/Comercio_y_Servicios/Comercio/Centros_de_compras/Descripción_de_la_Construcción_de_los_índices).

Cuadro 6

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

Cuadro 8

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

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

Características del ajuste estacional:

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

- Modelo ajustado: ARIMA log (0 1 1)(0 1 1)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