



Buenos Aires, 29 de mayo de 2012

Encuesta de Centros de Compras

Abril de 2012

En el mes de abril de 2012, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 35 centros de compras. De ellos, 18 se encuentran ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y los 17 restantes, en el conurbano bonaerense.

Ventas a precios corrientes con estacionalidad

Las ventas a precios corrientes en abril de 2012 alcanzaron los \$1.407,2 millones, lo que significa un incremento de 18% respecto al mismo mes del año anterior y de 10,9% respecto al mes de marzo de 2012.

La variación interanual de las ventas de los cuatro primeros meses de 2012 registró un aumento de 21,7% 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 |
| 2010 | 11.744,2 | /// | 39,9 | /// |
| 2011 | 15.413,4 | /// | 31,2 | /// |
| 2011 Abril | 1.192,1 | 9,0 | 35,0 | 34,2 |
| 2012 Marzo | 1.269,1 | 8,9 | 16,0 | 23,2 |
| Abril | 1.407,2 | 10,9 | 18,0 | 21,7 |

Ventas a precios constantes desestacionalizadas

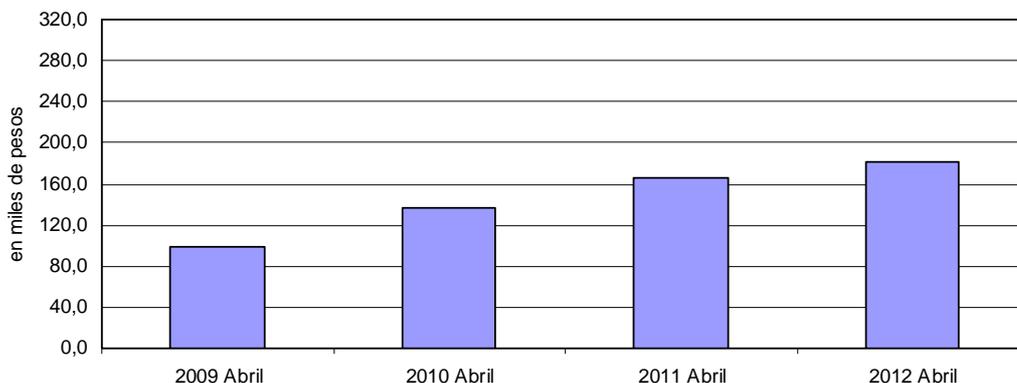
En el mes de abril de 2012 las ventas desestacionalizadas a precios constantes tuvieron un incremento de 5,5% respecto al mes anterior.

La variación interanual registró un aumento de 8,7% respecto a igual período del año anterior.

Cuadro 2. Ventas a precios constantes

| Período | Variación porcentual | | |
|-------------------|----------------------|-----------------|----------------------------|
| | Mes anterior | | Igual período año anterior |
| | Desestacionalizada | Tendencia ciclo | Desestacionalizada |
| 2011 Abril | 1,3 | 1,6 | 19,3 |
| 2012 Marzo | -8,3 | -0,4 | 4,3 |
| Abril* | 5,5 | -0,5 | 8,7 |

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 2012

En el mes de marzo de 2012, las ventas totales de los 35 centros de compras ubicados en Ciudad de Buenos Aires y en 24 partidos de la provincia de Buenos Aires sumaron \$1.269,1 millones, lo que representa un incremento de 16% respecto al mismo mes del año anterior.

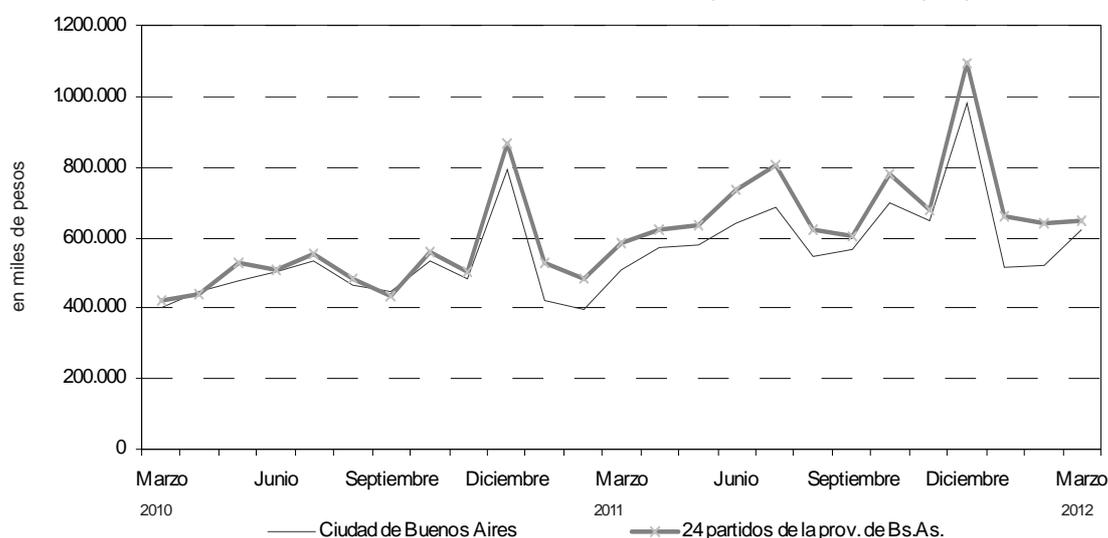
En Ciudad de Buenos Aires, las ventas del mes de marzo de 2012 aumentaron 22,1% respecto al mismo mes del año anterior.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, las ventas del mes de marzo de 2012 aumentaron 10,7% 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 | | |
|---|---|------------------|------------------|----------------------|----------------------------|--|
| | 2011 | 2012 | | 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 Buenos Aires | 1.093.701 | 1.165.916 | 1.269.130 | 8,9 | 16,0 | 23,2 |
| Ciudad de Buenos Aires | 510.142 | 522.498 | 622.938 | 19,2 | 22,1 | 24,8 |
| 24 partidos de la provincia de Buenos Aires | 583.559 | 643.418 | 646.192 | 0,4 | 10,7 | 22,0 |

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 2012 con las del mismo mes del año anterior, se observa que los rubros con mayor incremento fueron Librería (43,8%), Indumentaria (21,1%), Patio de comidas (20,8%) y Diversión y esparcimiento (16,6%).

En Ciudad de Buenos Aires, los rubros que registran las variaciones más altas respecto al mismo mes del año anterior fueron Librería (62,2%), Otros (30,4%), Amoblamiento (28,8%) e Indumentaria (25,4%)

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, las mayores variaciones respecto al mismo mes del año anterior corresponden a Librería (23,8%), Patio de comidas (18%), Indumentaria (15,7%) y Diversión y esparcimiento (13,3%).

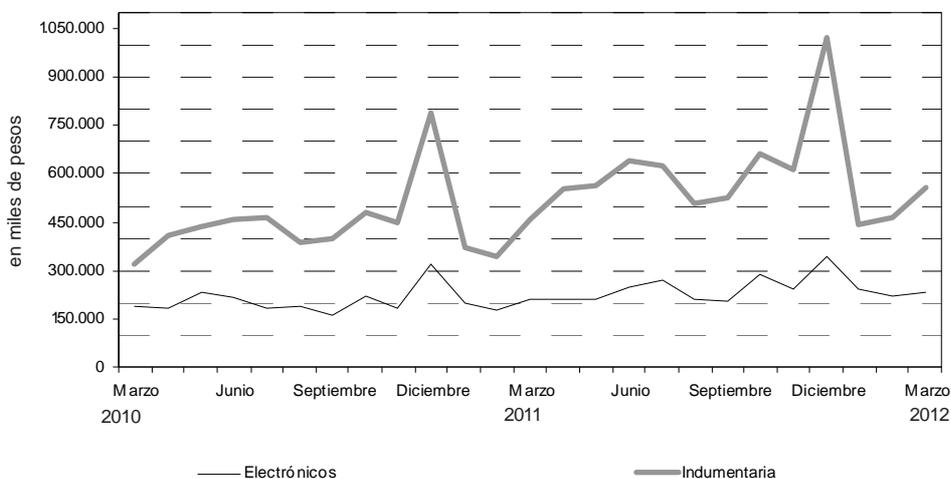
Cuadro 4. Evolución de las ventas a precios corrientes, por rubros, según jurisdicción. Variaciones porcentuales

| Grupos de artículos | Ventas a precios corrientes en miles de pesos | | | Variación porcentual | | |
|---|---|------------------|------------------|----------------------|----------------------------|---|
| | 2011 | 2012 | | Mes anterior | Igual período año anterior | Del acumulado desde enero del año respectivo a igual período año anterior |
| | Marzo | Febrero | Marzo | | | |
| Total del Gran Buenos Aires | 1.093.701 | 1.165.916 | 1.269.130 | 8,9 | 16,0 | 23,2 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 459.019 | 463.006 | 555.903 | 20,1 | 21,1 | 24,9 |
| Ropa y accesorios deportivos | 110.300 | 99.148 | 113.196 | 14,2 | 2,6 | 9,8 |
| Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar | 52.955 | 45.266 | 57.849 | 27,8 | 9,2 | 14,0 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 129.240 | 166.182 | 156.097 | -6,1 | 20,8 | 30,6 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 211.165 | 223.290 | 233.718 | 4,7 | 10,7 | 19,4 |
| Juguetería | 12.065 | 12.735 | 12.422 | -2,5 | 3,0 | 8,7 |
| Librería y papelería | 16.948 | 20.166 | 24.376 | 20,9 | 43,8 | 39,0 |
| Diversión y esparcimiento | 34.295 | 56.705 | 39.983 | -29,5 | 16,6 | 27,1 |
| Perfumería y Farmacia | 30.315 | 31.256 | 34.354 | 9,9 | 13,3 | 22,8 |
| Otros | 37.399 | 48.162 | 41.232 | -14,4 | 10,2 | 39,9 |
| Ciudad de Buenos Aires | 510.142 | 522.498 | 622.938 | 19,2 | 22,1 | 24,8 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 256.272 | 240.774 | 321.386 | 33,5 | 25,4 | 24,3 |
| Ropa y accesorios deportivos | 41.212 | 37.542 | 42.689 | 13,7 | 3,6 | 10,7 |
| Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar | 27.230 | 25.619 | 34.941 | 36,4 | 28,3 | 27,7 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 64.567 | 78.656 | 79.804 | 1,5 | 23,6 | 30,7 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 57.925 | 59.806 | 62.827 | 5,1 | 8,5 | 15,5 |
| Juguetería | 5.009 | 6.146 | 6.129 | -0,3 | 22,4 | 25,8 |
| Librería y papelería | 8.835 | 11.310 | 14.329 | 26,7 | 62,2 | 56,2 |
| Diversión y esparcimiento | 11.727 | 20.621 | 14.411 | -30,1 | 22,9 | 42,5 |
| Perfumería y Farmacia | 19.264 | 19.770 | 22.825 | 15,5 | 18,5 | 28,0 |
| Otros | 18.101 | 22.254 | 23.597 | 6,0 | 30,4 | 31,0 |
| 24 partidos de la prov. de Buenos Aires | 583.559 | 643.418 | 646.192 | 0,4 | 10,7 | 22,0 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 202.747 | 222.232 | 234.517 | 5,5 | 15,7 | 25,7 |
| Ropa y accesorios deportivos | 69.088 | 61.606 | 70.507 | 14,4 | 2,1 | 9,3 |
| Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar | 25.725 | 19.647 | 22.908 | 16,6 | -11,0 | 0,0 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 64.673 | 87.526 | 76.293 | -12,8 | 18,0 | 30,5 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 153.240 | 163.484 | 170.891 | 4,5 | 11,5 | 20,9 |
| Juguetería | 7.056 | 6.589 | 6.293 | -4,5 | -10,8 | -2,8 |
| Librería y papelería | 8.113 | 8.856 | 10.047 | 13,4 | 23,8 | 21,3 |
| Diversión y esparcimiento | 22.568 | 36.084 | 25.572 | -29,1 | 13,3 | 19,8 |
| Perfumería y Farmacia | 11.051 | 11.496 | 11.529 | 0,3 | 4,3 | 14,3 |
| Otros | 19.298 | 25.908 | 17.635 | -31,9 | -8,6 | 48,1 |

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

| Grupos de artículos | Composición porcentual de las ventas | | |
|---|--------------------------------------|--------------|--------------|
| | 2011 | 2012 | |
| | Marzo | Febrero | Marzo |
| Total Gran Buenos Aires | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 42,0 | 39,7 | 43,8 |
| Ropa y accesorios deportivos | 10,1 | 8,5 | 8,9 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 4,8 | 3,9 | 4,6 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 11,8 | 14,3 | 12,3 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 19,3 | 19,1 | 18,4 |
| Juguetería | 1,1 | 1,1 | 1,0 |
| Librería y papelería | 1,5 | 1,7 | 1,9 |
| Diversión y esparcimiento | 3,1 | 4,9 | 3,2 |
| Perfumería y farmacia | 2,8 | 2,7 | 2,7 |
| Otros | 3,4 | 4,1 | 3,2 |
| Ciudad de Buenos Aires | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 50,2 | 46,1 | 51,6 |
| Ropa y accesorios deportivos | 8,1 | 7,2 | 6,9 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 5,3 | 4,9 | 5,6 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 12,7 | 15,1 | 12,8 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 11,4 | 11,4 | 10,1 |
| Juguetería | 1,0 | 1,2 | 1,0 |
| Librería y papelería | 1,7 | 2,2 | 2,3 |
| Diversión y esparcimiento | 2,3 | 3,9 | 2,3 |
| Perfumería y farmacia | 3,8 | 3,8 | 3,7 |
| Otros | 3,5 | 4,3 | 3,8 |
| 24 partidos de la provincia de Buenos Aires. | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 34,7 | 34,5 | 36,3 |
| Ropa y accesorios deportivos | 11,8 | 9,6 | 10,9 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 4,4 | 3,1 | 3,5 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 11,1 | 13,7 | 11,8 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 26,3 | 25,4 | 26,4 |
| Juguetería | 1,2 | 1,0 | 1,0 |
| Librería y papelería | 1,4 | 1,4 | 1,6 |
| Diversión y esparcimiento | 3,9 | 5,6 | 4,0 |
| Perfumería y farmacia | 1,9 | 1,8 | 1,8 |
| Otros | 3,3 | 4,0 | 2,7 |

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

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| | 106,0 | 113,6 | 125,4 | |
| Enero | 104,0 | 109,7 | 119,4 | 131,3 |
| Febrero | 104,0 | 109,9 | 120,7 | 131,9 |
| Marzo | 103,9 | 109,9 | 121,6 | 132,8 |
| Abril | 104,6 | 111,6 | 123,7 | 134,2* |
| Mayo | 105,0 | 111,9 | 124,4 | |
| Junio | 105,2 | 112,9 | 124,9 | |
| Julio | 105,4 | 114,5 | 126,2 | |
| Agosto | 106,2 | 114,4 | 126,9 | |
| Septiembre | 107,1 | 115,9 | 127,5 | |
| Octubre | 107,7 | 116,2 | 128,2 | |
| Noviembre | 108,8 | 117,5 | 129,5 | |
| Diciembre | 109,8 | 118,7 | 131,2 | |

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

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 4,4 | 7,2 | 10,3 | |
| Enero | 4,0 | 5,5 | 8,8 | 10,0 |
| Febrero | 4,8 | 5,7 | 9,8 | 9,3 |
| Marzo | 4,4 | 5,8 | 10,6 | 9,2 |
| Abril | 4,6 | 6,7 | 10,8 | 8,5* |
| Mayo | 4,6 | 6,6 | 11,2 | |
| Junio | 3,4 | 7,3 | 10,6 | |
| Julio | 3,0 | 8,6 | 10,2 | |
| Agosto | 4,3 | 7,7 | 10,9 | |
| Septiembre | 4,7 | 8,2 | 10,0 | |
| Octubre | 4,5 | 7,9 | 10,3 | |
| Noviembre | 5,0 | 8,0 | 10,2 | |
| Diciembre | 5,2 | 8,1 | 10,5 | |

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 | Mensual | Interanual | Serie | Variaciones porcentuales | | Serie | Mensual | Interanual | Serie | Variaciones porcentuales | |
| | | Mensual | Interanual | | | | | Mensual | Interanual | | | | | Mensual | Interanual |
| 2009 | Ene | 89,5 | -43,6 | 6,6 | 86,1 | -43,4 | 2,5 | 101,2 | -6,0 | 1,3 | 103,7 | -0,2 | | | |
| | Feb | 81,4 | -9,0 | 4,9 | 78,3 | -9,1 | 0,1 | 102,3 | 1,1 | 2,9 | 104,0 | 0,3 | | | |
| | Mar | 95,4 | 17,2 | -4,7 | 91,8 | 17,2 | -8,7 | 96,8 | -5,4 | -6,6 | 105,0 | 1,0 | | | |
| | Abr | 103,8 | 8,8 | 3,8 | 99,2 | 8,1 | -0,8 | 103,8 | 7,2 | -0,5 | 106,7 | 1,6 | | | |
| | May | 118,5 | 14,2 | 9,8 | 112,8 | 13,7 | 4,9 | 109,4 | 5,5 | 2,3 | 109,0 | 2,2 | | | |
| | Jun | 131,0 | 10,5 | 13,2 | 124,6 | 10,5 | 9,5 | 118,9 | 8,6 | 10,9 | 111,8 | 2,5 | | | |
| | Jul | 118,6 | -9,5 | 1,9 | 112,6 | -9,6 | -1,1 | 103,7 | -12,8 | -1,0 | 114,7 | 2,7 | | | |
| | Ago | 126,5 | 6,7 | 13,1 | 119,0 | 5,7 | 8,3 | 118,2 | 14,0 | 9,2 | 117,7 | 2,6 | | | |
| | Sep | 114,2 | -9,7 | 15,6 | 106,6 | -10,4 | 10,5 | 121,2 | 2,5 | 10,8 | 120,6 | 2,5 | | | |
| | Oct | 144,7 | 26,7 | 31,8 | 134,3 | 26,0 | 26,1 | 127,0 | 4,8 | 23,2 | 123,5 | 2,4 | | | |
| | Nov | 130,6 | -9,7 | 28,1 | 120,0 | -10,6 | 22,0 | 125,9 | -0,8 | 24,7 | 126,4 | 2,3 | | | |
| | Dic | 193,8 | 48,4 | 22,2 | 176,5 | 47,1 | 16,1 | 124,1 | -1,5 | 15,3 | 129,4 | 2,3 | | | |
| 2010 | Ene | 120,7 | -37,7 | 34,8 | 110,0 | -37,7 | 27,8 | 127,5 | 2,7 | 26,0 | 132,4 | 2,4 | | | |
| | Feb | 115,0 | -4,7 | 41,3 | 104,6 | -4,9 | 33,6 | 136,3 | 7,0 | 33,3 | 135,4 | 2,3 | | | |
| | Mar | 141,4 | 23,0 | 48,3 | 128,7 | 23,0 | 40,2 | 139,2 | 2,1 | 43,8 | 138,3 | 2,1 | | | |
| | Abr | 152,3 | 7,7 | 46,8 | 136,4 | 6,0 | 37,5 | 143,0 | 2,8 | 37,8 | 140,9 | 1,9 | | | |
| | May | 173,5 | 13,9 | 46,4 | 155,0 | 13,6 | 37,4 | 153,9 | 7,6 | 40,6 | 143,1 | 1,6 | | | |
| | Jun | 175,0 | 0,9 | 33,6 | 154,9 | -0,1 | 24,3 | 146,8 | -4,6 | 23,5 | 144,9 | 1,3 | | | |
| | Jul | 187,8 | 7,3 | 58,3 | 164,0 | 5,9 | 45,6 | 147,1 | 0,3 | 41,9 | 146,6 | 1,1 | | | |
| | Ago | 163,8 | -12,7 | 29,5 | 143,2 | -12,7 | 20,3 | 146,9 | -0,2 | 24,2 | 148,4 | 1,2 | | | |
| | Sep | 151,7 | -7,4 | 32,8 | 130,9 | -8,6 | 22,8 | 149,4 | 1,7 | 23,2 | 150,4 | 1,4 | | | |
| | Oct | 188,2 | 24,0 | 30,0 | 162,0 | 23,8 | 20,6 | 149,8 | 0,3 | 18,0 | 152,9 | 1,6 | | | |
| | Nov | 170,2 | -9,6 | 30,3 | 144,9 | -10,6 | 20,8 | 155,3 | 3,6 | 23,3 | 155,6 | 1,8 | | | |
| | Dic | 286,3 | 68,2 | 47,7 | 241,2 | 66,5 | 36,7 | 172,3 | 11,0 | 38,9 | 158,6 | 1,9 | | | |
| 2011 | Ene | 164,2 | -42,6 | 36,1 | 137,5 | -43,0 | 25,0 | 163,8 | -4,9 | 28,5 | 161,6 | 1,9 | | | |
| | Feb | 152,1 | -7,3 | 32,3 | 126,1 | -8,3 | 20,6 | 163,6 | -0,1 | 20,0 | 164,6 | 1,8 | | | |
| | Mar | 188,7 | 24,1 | 33,4 | 155,2 | 23,1 | 20,6 | 168,5 | 3,0 | 21,1 | 167,5 | 1,7 | | | |
| | Abr | 205,6 | 9,0 | 35,0 | 166,3 | 7,2 | 21,9 | 170,7 | 1,3 | 19,3 | 170,2 | 1,6 | | | |
| | May | 209,5 | 1,9 | 20,8 | 168,4 | 1,3 | 8,6 | 170,9 | 0,1 | 11,1 | 172,9 | 1,6 | | | |
| | Jun | 236,4 | 12,8 | 35,1 | 189,3 | 12,4 | 22,2 | 178,6 | 4,5 | 21,7 | 175,6 | 1,5 | | | |
| | Jul | 257,2 | 8,8 | 37,0 | 203,7 | 7,6 | 24,2 | 178,5 | -0,1 | 21,3 | 178,2 | 1,5 | | | |
| | Ago | 201,5 | -21,6 | 23,0 | 158,8 | -22,0 | 10,9 | 167,7 | -6,0 | 14,2 | 180,8 | 1,4 | | | |
| | Sep | 202,5 | 0,5 | 33,5 | 158,8 | 0,0 | 21,3 | 181,6 | 8,3 | 21,6 | 183,2 | 1,3 | | | |
| | Oct | 255,2 | 23,7 | 33,1 | 199,0 | 25,3 | 22,8 | 184,4 | 1,5 | 23,1 | 185,3 | 1,1 | | | |
| | Nov | 228,2 | -10,6 | 34,1 | 176,3 | -11,4 | 21,7 | 188,7 | 2,3 | 21,5 | 186,9 | 0,9 | | | |
| | Dic | 357,8 | 56,8 | 25,0 | 272,7 | 54,7 | 13,1 | 189,6 | 0,5 | 10,0 | 187,9 | 0,5 | | | |
| 2012 | Ene | 202,2 | -43,5 | 23,1 | 154,0 | -43,5 | 12,0 | 187,8 | -0,9 | 14,7 | 188,2 | 0,2 | | | |
| | Feb | 202,1 | 0,0 | 32,9 | 152,5 | -1,0 | 20,9 | 191,7 | 2,1 | 17,2 | 187,9 | -0,2 | | | |
| | Mar | 218,9 | 8,3 | 16,0 | 164,9 | 8,1 | 6,3 | 175,8 | -8,3 | 4,3 | 187,2 | -0,4 | | | |
| | Abr* | 242,7 | 10,9 | 18,0 | 180,9 | 9,7 | 8,8 | 185,5 | 5,5 | 8,7 | 186,3 | -0,5 | | | |

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

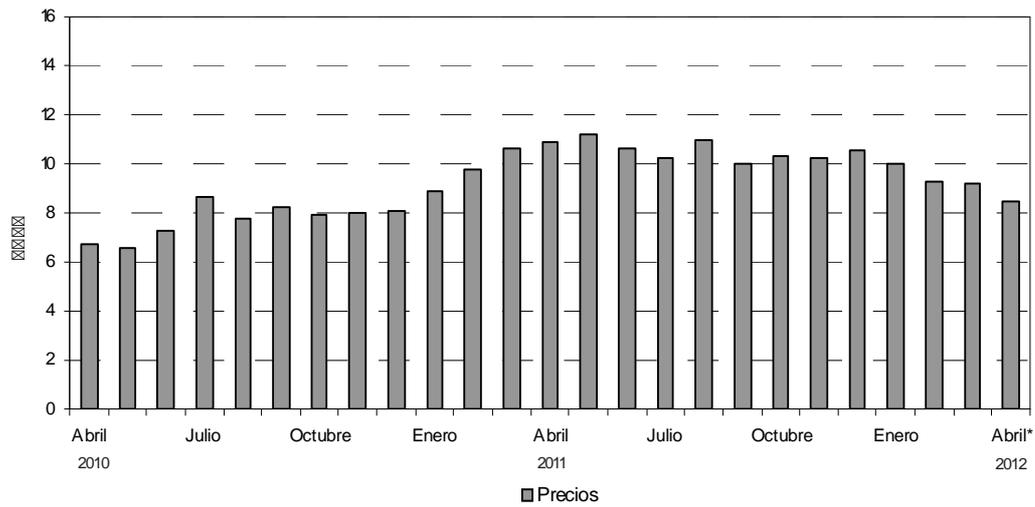
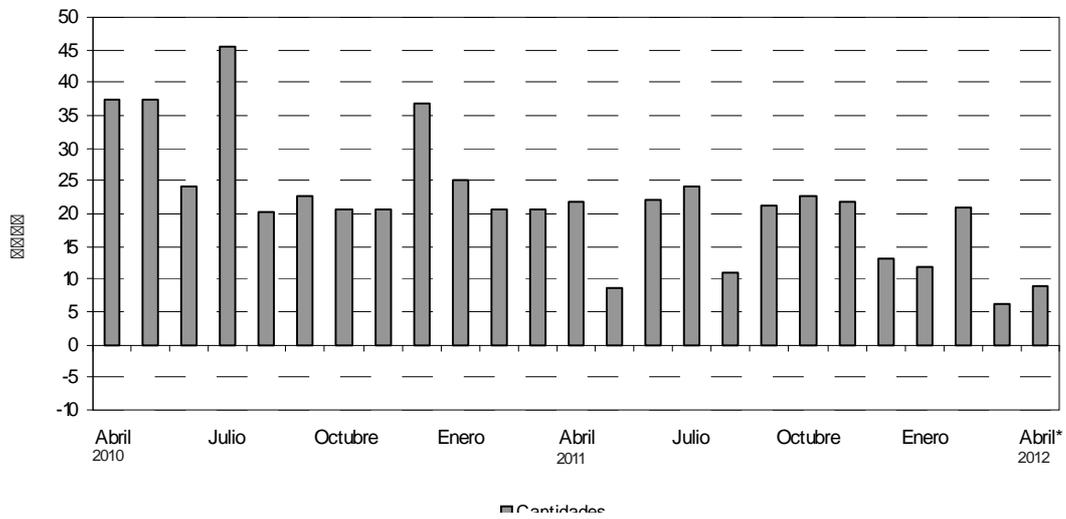


Gráfico 5. Cantidades, variación porcentual respecto a igual período del año anterior



En el mes de febrero de 2012, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 35 centros de compras. De ellos, 18 se encuentran ubicados en Ciudad de Buenos Aires y los 17 restantes, en 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

En Ciudad de Buenos Aires, 14 de los 18 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 17 centros de compras tienen menos de 100 locales y los 6 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 |
| | | | | | | | | | |
| 2011 Marzo | 34 | 10 | 24 | 17 | 4 | 13 | 17 | 6 | 11 |
| 2012 Febrero | 35 | 10 | 25 | 18 | 4 | 14 | 17 | 6 | 11 |
| Marzo | 35 | 10 | 25 | 18 | 4 | 14 | 17 | 6 | 11 |

En estos centros de compras, en el mes de marzo de 2012 se encuentran ubicados 2.919 locales, de los cuales el 91,7% está en actividad e informa ventas, mientras que el 1,8% corresponde al rubro Otros (estudios jurídicos, consultorios médicos, etc.) y el 6,4% 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 552.016 m², está en condición de activo con volumen de ventas disponible el 92,1%, el 1,6% corresponde al rubro Otros en tanto que el 6,3% 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 | | | | | | | | |
| 2011 Marzo | 2.853 | 2.672 | 2.619 | 53 | 181 | 171 | 5 | 5 |
| 2012 Febrero | 2.919 | 2.733 | 2.679 | 54 | 186 | 173 | 4 | 9 |
| Marzo | 2.919 | 2.739 | 2.684 | 55 | 180 | 167 | 4 | 9 |
| Area Bruta Locativa | | | | | | | | |
| 2011 Marzo | 548.323 | 515.295 | 507.189 | 8.106 | 33.028 | 30.018 | 1.652 | 1.358 |
| 2012 Febrero | 552.016 | 517.152 | 508.464 | 8.644 | 34.864 | 31.436 | 889 | 2.539 |
| Marzo | 552.016 | 517.328 | 508.600 | 8.728 | 34.688 | 31.260 | 889 | 2.539 |

Teniendo en cuenta que el grueso de la ocupación que generan los Centros de Compras corresponde a locales comerciales y actividades tercerizadas, se realiza cada año en el mes de julio un relevamiento de la cantidad de personas ocupadas.

Los resultados obtenidos en el mes de julio de 2011 pueden observarse en el cuadro que se presenta a continuación. La ocupación global de los centros de compras se distribuye en locales comerciales (82,7%), administrativos (4,2%), tareas de vigilancia (6,9%), tareas de limpieza (4,4%) y otras tareas (1,8%).

Cuadro 11. Cantidad de ocupados en los Centros de Compras. Julio 2011.

| Locales activos | Total | Administrativos | Locales comerciales | Vigilancia | Limpieza | Otros |
|---|---------------|-----------------|---------------------|--------------|--------------|------------|
| Total | 24.549 | 1.033 | 20.299 | 1.695 | 1.081 | 441 |
| Ciudad de Buenos Aires | 11.102 | 644 | 9.016 | 674 | 575 | 193 |
| 24 partidos de la prov. de Buenos Aires | 13.447 | 389 | 11.283 | 1.021 | 506 | 248 |

En términos de cantidad total de locales, los rubros que tienen la mayor participación son Indumentaria (51%), Patio de comidas (15,5%), Otros y Amoblamientos (8,2%) y Ropa deportiva (5,7%); mientras que el resto no supera el 5%.

En la Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (53,7%), Patio de comidas (16%), Amoblamientos (7,3%) y Otros (7,1%); el resto no supera el 5%.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (48,2%), Patio de comidas (14,9%), Otros (9,4%), Amoblamientos (9,2%) y Ropa deportiva (7,4%); el resto no supera el 5%.

Cuadro 12. Cantidad de locales activos por rubro según jurisdicción

| Grupos de artículos | Cantidad de locales activos | | |
|--|-----------------------------|--------------|--------------|
| | 2011 | 2012 | |
| | Marzo | Febrero | Marzo |
| Total del Gran Buenos Aires | 2.619 | 2.679 | 2.684 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 1.342 | 1.366 | 1.367 |
| Ropa y accesorios deportivos | 145 | 152 | 152 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 218 | 219 | 220 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 395 | 415 | 415 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 86 | 85 | 85 |
| Juguetería | 51 | 49 | 49 |
| Librería y papelería | 36 | 39 | 39 |
| Diversión y esparcimiento | 50 | 52 | 52 |
| Perfumería y farmacia | 82 | 82 | 82 |
| Otros | 214 | 220 | 221 |
| Ciudad de Buenos Aires | 1.305 | 1.369 | 1.374 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 704 | 735 | 738 |
| Ropa y accesorios deportivos | 52 | 55 | 55 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 95 | 99 | 100 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 204 | 220 | 220 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 33 | 31 | 31 |
| Juguetería | 25 | 25 | 25 |
| Librería y Papelería | 21 | 23 | 23 |
| Diversión y esparcimiento | 28 | 29 | 29 |
| Perfumería y Farmacia | 53 | 55 | 55 |
| Otros | 90 | 97 | 98 |
| 24 partidos de la prov. de Buenos Aires | 1.314 | 1.310 | 1.310 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 638 | 631 | 631 |
| Ropa y accesorios deportivos | 93 | 97 | 97 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 123 | 120 | 120 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 191 | 195 | 195 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 53 | 54 | 54 |
| Juguetería | 26 | 24 | 24 |
| Librería y papelería | 15 | 16 | 16 |
| Diversión y esparcimiento | 22 | 23 | 23 |
| Perfumería y farmacia | 29 | 27 | 27 |
| Otros | 124 | 123 | 123 |

Teniendo en cuenta la composición por rubro del área bruta locativa total, se observa que la mayor participación corresponde al rubro Indumentaria (31,2%), seguido por Diversión (19,9%), Patio de comidas (13,8%), Otros (9,7%), Amoblamientos (7,8%), Ropa deportiva (7,3%) y Electrónicos (5,6%). En tanto que el resto no supera el 5%.

En Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (36,1%), Diversión (21%), Patio de comidas (12%), Otros (7,6%), Amoblamientos (6,2%), Ropa deportiva (5,8%) y Electrónicos (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 (27,7%), Diversión (19,1%), Patio de comidas (15%), Otros (11,1%), Amoblamientos (8,9%), Ropa deportiva (8,5%) y Electrónicos (6%), en tanto que el resto no supera el 5%.

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

| Grupos de artículos | Metros cuadrados | | |
|--|------------------|----------------|----------------|
| | 2011 | 2012 | |
| | Marzo | Febrero | Marzo |
| Total del Gran Buenos Aires | 507.189 | 508.464 | 508.600 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 159.095 | 158.601 | 158.676 |
| Ropa y accesorios deportivos | 37.915 | 37.286 | 37.286 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 42.105 | 39.532 | 39.575 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 66.863 | 69.945 | 69.945 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 32.445 | 28.682 | 28.682 |
| Juguetería | 7.456 | 7.045 | 7.045 |
| Librería y papelería | 6.797 | 7.180 | 7.180 |
| Diversión y esparcimiento | 96.137 | 101.308 | 101.308 |
| Perfumería y farmacia | 9.653 | 9.717 | 9.717 |
| Otros | 48.723 | 49.168 | 49.186 |
| Ciudad de Buenos Aires | 201.844 | 213.998 | 214.134 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 74.027 | 77.138 | 77.213 |
| Ropa y accesorios deportivos | 11.618 | 12.375 | 12.375 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 12.825 | 13.238 | 13.281 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 22.421 | 25.725 | 25.725 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 11.448 | 11.149 | 11.149 |
| Juguetería | 2.663 | 2.589 | 2.589 |
| Librería y papelería | 3.986 | 4.456 | 4.456 |
| Diversión y esparcimiento | 41.494 | 44.994 | 44.994 |
| Perfumería y farmacia | 5.748 | 5.992 | 5.992 |
| Otros | 15.614 | 16.342 | 16.360 |
| 24 partidos de la prov. de Buenos Aires. | 305.345 | 294.466 | 294.466 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 85.068 | 81.463 | 81.463 |
| Ropa y accesorios deportivos | 26.297 | 24.911 | 24.911 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 29.280 | 26.294 | 26.294 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 44.442 | 44.220 | 44.220 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 20.997 | 17.533 | 17.533 |
| Juguetería | 4.793 | 4.456 | 4.456 |
| Librería y papelería | 2.811 | 2.724 | 2.724 |
| Diversión y esparcimiento | 54.643 | 56.314 | 56.314 |
| Perfumería y farmacia | 3.905 | 3.725 | 3.725 |
| Otros | 33.109 | 32.826 | 32.826 |

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, kioscos y alimentos | Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | Juguetería | Librería y papelería | Diversión y esparcimiento | Perfumería y farmacia | Otros |
|--|-------|---------------------------------------|------------------------------|---|---------------------------------------|---|------------|----------------------|---------------------------|-----------------------|-------|
| en miles de \$ | | | | | | | | | | | |
| Total del Gran Buenos Aires | | | | | | | | | | | |
| 2011 Marzo | 417,6 | 342,0 | 760,7 | 242,9 | 327,2 | 2455,4 | 236,6 | 470,8 | 685,9 | 369,7 | 174,8 |
| 2012 Febrero | 435,2 | 339,0 | 652,3 | 206,7 | 400,4 | 2626,9 | 259,9 | 517,1 | 1090,5 | 381,2 | 218,9 |
| Marzo | 472,9 | 406,1 | 744,7 | 263,0 | 376,1 | 2749,6 | 253,5 | 625,0 | 768,9 | 419,0 | 186,6 |
| Ciudad de Buenos Aires | | | | | | | | | | | |
| 2011 Marzo | 390,9 | 364,0 | 792,5 | 286,6 | 316,5 | 1755,3 | 200,4 | 420,7 | 418,8 | 363,5 | 201,1 |
| 2012 Febrero | 381,7 | 327,6 | 682,6 | 258,8 | 357,5 | 1929,2 | 245,8 | 491,7 | 711,1 | 359,5 | 229,4 |
| Marzo | 453,4 | 435,5 | 776,2 | 349,4 | 362,7 | 2026,7 | 245,2 | 623,0 | 496,9 | 415,0 | 240,8 |
| 24 partidos de la provincia de Buenos Aires | | | | | | | | | | | |
| 2011 Marzo | 444,1 | 317,8 | 742,9 | 209,1 | 338,6 | 2891,3 | 271,4 | 540,9 | 1025,8 | 381,1 | 155,6 |
| 2012 Febrero | 491,2 | 352,2 | 635,1 | 163,7 | 448,9 | 3027,5 | 274,5 | 553,5 | 1568,9 | 425,4 | 210,6 |
| Marzo | 493,3 | 371,7 | 726,9 | 190,9 | 391,2 | 3164,6 | 262,2 | 627,9 | 1111,8 | 427,0 | 143,4 |

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, kioscos y alimentos | Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | Juguetería | Librería y papelería | Diversión y esparcimiento | Perfumería y farmacia | Otros |
|--|-------|---------------------------------------|------------------------------|---|---------------------------------------|---|------------|----------------------|---------------------------|-----------------------|-------|
| en \$ | | | | | | | | | | | |
| Total del Gran Buenos Aires | | | | | | | | | | | |
| 2011 Marzo | 2.156 | 2.885 | 2.909 | 1.258 | 1.933 | 6.508 | 1.618 | 2.493 | 357 | 3.140 | 768 |
| 2012 Febrero | 2.293 | 2.919 | 2.659 | 1.145 | 2.376 | 7.785 | 1.808 | 2.809 | 560 | 3.217 | 980 |
| Marzo | 2.495 | 3.503 | 3.036 | 1.462 | 2.232 | 8.149 | 1.763 | 3.395 | 395 | 3.535 | 838 |
| Ciudad de Buenos Aires | | | | | | | | | | | |
| 2011 Marzo | 2.527 | 3.462 | 3.547 | 2.123 | 2.880 | 5.060 | 1.881 | 2.217 | 283 | 3.351 | 1.159 |
| 2012 Febrero | 2.442 | 3.121 | 3.034 | 1.935 | 3.058 | 5.364 | 2.374 | 2.538 | 458 | 3.299 | 1.362 |
| Marzo | 2.909 | 4.162 | 3.450 | 2.631 | 3.102 | 5.635 | 2.367 | 3.216 | 320 | 3.809 | 1.442 |
| 24 partidos de la provincia de Buenos Aires | | | | | | | | | | | |
| 2011 Marzo | 1.911 | 2.383 | 2.627 | 879 | 1.455 | 7.298 | 1.472 | 2.886 | 413 | 2.830 | 583 |
| 2012 Febrero | 2.185 | 2.728 | 2.473 | 747 | 1.979 | 9.324 | 1.479 | 3.251 | 641 | 3.083 | 789 |
| Marzo | 2.194 | 2.879 | 2.830 | 871 | 1.725 | 9.747 | 1.412 | 3.688 | 454 | 3.095 | 537 |

La concurrencia a las 177 salas cinematográficas en el mes de marzo de 2012 fue de 1.087.690 espectadores. En tanto, el promedio por sala fue 6.145 personas.

En Ciudad de Buenos Aires, la cantidad de salas ascendió a 60 y los espectadores sumaron 531.531, con una cantidad promedio de 8.859 personas por sala.

En 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, la cantidad de salas ascendió a 117, los espectadores fueron 556.159 y el promedio de personas por sala fue 4.753.

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 | | | |
| 2011 Marzo | 167 | 1.172.164 | 7.019 |
| 2012 Febrero | 177 | 1.441.370 | 8.143 |
| Marzo | 177 | 1.087.690 | 6.145 |
| Ciudad de Buenos Aires | | | |
| 2011 Marzo | 50 | 519.301 | 10.386 |
| 2012 Febrero | 60 | 621.016 | 10.350 |
| Marzo | 60 | 531.531 | 8.859 |
| 24 partidos de la provincia de Buenos Aires | | | |
| 2011 Marzo | 117 | 652.863 | 5.580 |
| 2012 Febrero | 117 | 820.354 | 7.012 |
| Marzo | 117 | 556.159 | 4.753 |

En el mes de marzo de 2012, el total de personal dependiente de las administraciones de los centros de compras ascendió a 1.221 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 | | | |
| 2011 Marzo | 1.223 | 799 | 424 |
| 2012 Febrero | 1.252 | 797 | 455 |
| Marzo | 1.221 | 775 | 446 |

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 \$110,8 millones, correspondiendo \$59,8 millones a Ciudad de Buenos Aires y \$51 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 \$ | |
| 2011 Marzo | 85.470 | 41.063 | 44.407 |
| 2012 Febrero | 134.750 | 74.074 | 60.676 |
| Marzo | 110.839 | 59.843 | 50.996 |

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:

- Extensión de la serie desestacionalizada modificada por valores extremos con el modelo Arima log (011) (001)₁₂
- 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