



## Encuesta de CENTROS DE COMPRAS (Shopping Centers)

En el Anexo que acompaña este Informe de Prensa se expone la metodología utilizada para el cálculo de las ventas a precios constantes, así como las series de ventas a precios constantes y precios desde el inicio de la encuesta.

### SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS

#### Junio 2002 : Resultados anticipados

El anticipo de resultados del mes de junio de 2002 indica que en ese mes las ventas a precios constantes (cantidades físicas) verificaron una reducción de 24,1% con respecto de junio de 2001. Con esta estimación para el mes de junio de 2002 las ventas en términos físicos del primer semestre de 2002 se redujeron 30,5% con respecto a las ventas del primer semestre de 2001.

Por otra parte, las ventas totales a precios corrientes alcanzaron a 143,9 millones. Esto significa un aumento de 21,6% con respecto a mayo de 2002, al tiempo que se incrementó 2,2% con respecto a junio de 2001. Las ventas del primer semestre de 2002 se redujeron 17,8% con respecto a igual período del año 2001 (ver pág. 3).

#### Mayo de 2002: Datos completos

En el mes de mayo de 2002 las ventas totales de los 29 Centros de compras relevados alcanzaron a \$118,3 millones, lo que representa un aumento de 9,8% con respecto a abril de 2002.

Por otra parte, las ventas de mayo de 2002 se redujeron 9,2% con relación a igual mes del año anterior.

Cabe destacar que el número de locales activos con volumen de ventas disponible (excluidos aquellos tales como bancos, salas de exposición, locutorios, oficinas administrativas), varió de 2.060 en mayo de 2001 a 2.054 en mayo de 2002, lo cual implica una baja de 0,3%. En términos de área bruta locativa hubo un aumento, pasando de 376.174m<sup>2</sup> en mayo de 2001 a 407.783m<sup>2</sup> en mayo de 2002, con una suba de 8,4% (ver pág. 13).

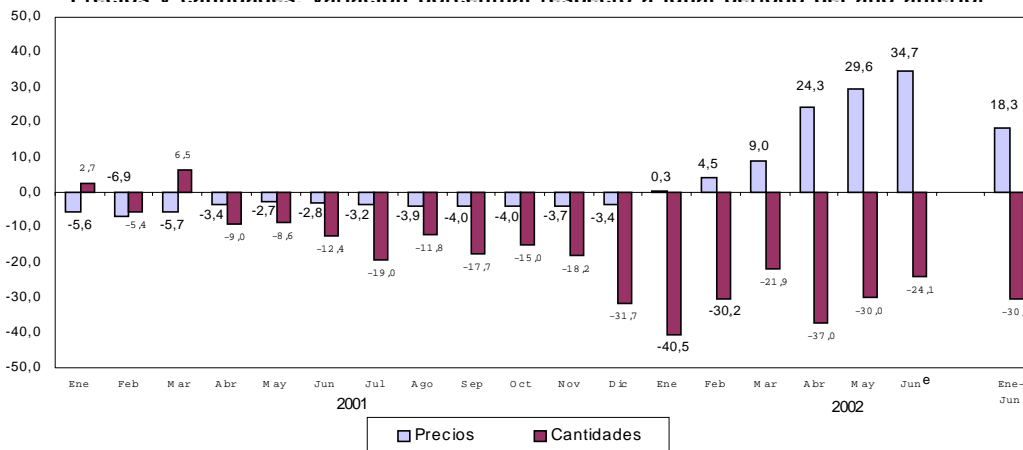
Las ventas promedio por local activo alcanzaron en mayo de 2002 a \$57,6 miles, en tanto que las ventas por m<sup>2</sup> llegaron a \$290 (ver pág. 9).

Si se analiza la composición por rubros de las ventas en mayo de 2002, se observa que los más importantes son Indumentaria, Calzado y Marroquinería (54,5%); Patio de Comidas, Alimentos y Kioscos (11,8%) y Electrónicos, CD y Electrodomésticos (7,3%). Como contrapartida, cada uno de los restantes rubros no superan el 6% de participación (ver pág 8). En mayo de 2002 la concurrencia a las 159 salas cinematográficas fue de 864.829 espectadores (ver pág.16).

#### Evolución de las ventas a precios promedio de 1997. Indice base 1997=100

Período	Total	Variación porcentual
		respecto a igual período del año anterior
<b>1.997</b>	100,0	///
<b>1.998</b>	113,7	13,7
<b>1.999</b>	121,2	6,6
<b>2.000</b>	123,4	1,8
<b>2.001</b>	107,6	-12,8
2000 Ene	102,8	1,6
Feb	98,0	9,0
Mar	110,0	2,4
Abr	127,1	4,0
May	119,4	-4,0
Jun	135,3	6,0
Jul	153,9	8,1
Ago	119,5	-1,1
Set	112,1	4,5
Oct	121,1	-3,6
Nov	106,3	-2,7
Dic	175,2	-0,3
2001 Ene	105,6	2,7
Feb	92,6	-5,4
Mar	117,2	6,5
Abr	115,7	-9,0
May	109,2	-8,6
Jun	118,6	-12,4
Jul	124,6	-19,0
Ago	105,4	-11,8
Set	92,3	-17,7
Oct	102,9	-15,0
Nov	87,0	-18,2
Dic	119,7	-31,7
2002 Ene	62,8	-40,5
Feb	64,6	-30,2
Mar	91,6	-21,9
Abr	72,9	-37,0
May	76,4	-30,0
Jun <sup>e</sup>	90,0	-24,1

**Precios y cantidades, variación porcentual respecto a igual período del año anterior**



# Contenido

Página

SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS	1
ANTICIPO DE LOS RESULTADOS – JUNIO DE 2002	3
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS – MAYO DE 2002	4
<b>CUADROS Y GRÁFICOS</b>	
Cuadro 1. Evolución de las ventas totales según jurisdicción	8
Cuadro 2. Ventas totales. Variaciones respecto a períodos anteriores según jurisdicción	8
Cuadro 3. Ventas por rubro según jurisdicción	9
Cuadro 4. Composición porcentual de las ventas por rubro	9
Cuadro 5. Ventas promedio por local activo, por rubro, según jurisdicción	10
Cuadro 6. Ventas promedio por m <sup>2</sup> , por rubro, según jurisdicción	10
Cuadro 7. Cantidad de Centros de compras, por tamaño según jurisdicción	13
Cuadro 8. Condición de actividad de los locales y de su correspondiente área bruta locativa	14
Cuadro 9. Cantidad de locales activos, por rubro, según jurisdicción	15
Cuadro 10. Área bruta locativa de los locales activos, por rubro, según jurisdicción	15
Cuadro 11. Área bruta locativa promedio por local activo, por rubro, según jurisdicción	16
Cuadro 12. Cantidad de salas cinematográficas, cantidad de espectadores y cantidad de espectadores por sala, por jurisdicción	17
Cuadro 13. Cantidad de personal ocupado de las administraciones de los Centros de compras, por jurisdicción	17
Cuadro 14. Ingresos de las administraciones de los Centros de compras, por jurisdicción	17
Gráfico 1. Evolución de las ventas totales	11
Gráfico 2. Evolución de las ventas promedio por local activo	11
Gráfico 3. Evolución de las ventas por metro cuadrado	11
Gráfico 4. Composición porcentual de las ventas por rubro	12
Gráfico 5. Composición del área bruta locativa por rubro	12
<b>ANEXO - VENTAS A PRECIOS CONSTANTES</b>	19

**Los datos que aquí se presentan tienen carácter de provisorios, dado que la información se recopila y actualiza permanentemente, pudiendo ser modificada de acuerdo con nueva información suministrada por las empresas. En esta Información de Prensa se difunden los datos completos del mes de mayo de 2002, correspondientes a la actividad de 29 Centros de Compras. Además, se brindan resultados anticipados del mes de junio de 2002.**

En el transcurso de los últimos años, se han registrado grandes cambios en la actividad del comercio minorista, siendo uno de los más significativos la aparición de los Centros de Compras ("Shopping Centers"). Se trata de un novedoso formato de comercio minorista que ofrece un muy extenso surtido de productos y servicios dentro de un espacio ambiental contenido en un diseño arquitectónico que proporciona comodidad y seguridad a los concurrentes. La principal característica que diferencia al Centro de Compras de la galería comercial radica en que los locales de los Centros de Compras sólo se alquilan, no se venden. En la generalidad de los casos, los locales abonan, además de un alquiler fijo, un porcentaje de su facturación. El importante desarrollo alcanzado por los Centros de Compras en nuestro país ha impulsado al INDEC a poner en marcha una encuesta de periodicidad mensual, destinada a conocer la evolución de las principales variables que describen su actividad. La Encuesta de Centros de Compras del INDEC abarca— de acuerdo con la Cámara Argentina de Shopping Centers— la totalidad de las empresas que desarrollan su actividad en el Gran Buenos Aires<sup>1</sup>, las que suman 29 al finalizar el mes de mayo de 2002.

<sup>1</sup> Comprende la Ciudad de Buenos Aires y los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires: Almirante Brown, Avellaneda, Berazategui, Esteban Echeverría, Ezeiza, Florencio Varela, General San Martín, Hurlingham, Ituzaingó, José C. Paz, La Matanza, Lanús, Lomas de Zamora, Malvinas Argentinas, Merlo, Moreno, Morón, Quilmes, San Fernando, San Isidro, San Miguel, Tigre, Tres de Febrero y Vicente López.

## ADVERTENCIA

La evolución mensual de las series de ventas de los Centros de Compras refleja una alta sensibilidad según factores estacionales (vacaciones de invierno, festividades, campañas publicitarias, promociones y pago de aguinaldo, entre otros) que alteran el comportamiento tendencial. También incide el número de fines de semana que abarca cada mes, que es cuando se registra el mayor nivel de ventas. En consecuencia, para evaluar la tendencia de las series de ventas deben tenerse en cuenta estas salvedades. La disponibilidad de una serie estadística más amplia (la actual se inicia en enero de 1997) posibilitaría ajustar los efectos estacionales.

## Signos convencionales

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

**Nota:** por razones operativas no se incluye la actividad de los "stands" y góndolas. No se consideran las ventas de los supermercados ubicados en los Centros de Compras por cuanto su actividad se releva en la Encuesta de Supermercados del INDEC. Los totales por suma pueden no coincidir por los redondeos en las cifras parciales.

Los locales activos con volumen de ventas disponible son aquellos que proporcionan a la administración central del Centro de Compras, o en su defecto al INDEC directamente, la información referida al monto total de las ventas correspondientes al mes de referencia. El área bruta locativa comprende el total del área diseñada para ocupación del locatario.

## ANTICIPO DE LOS RESULTADOS JUNIO DE 2002

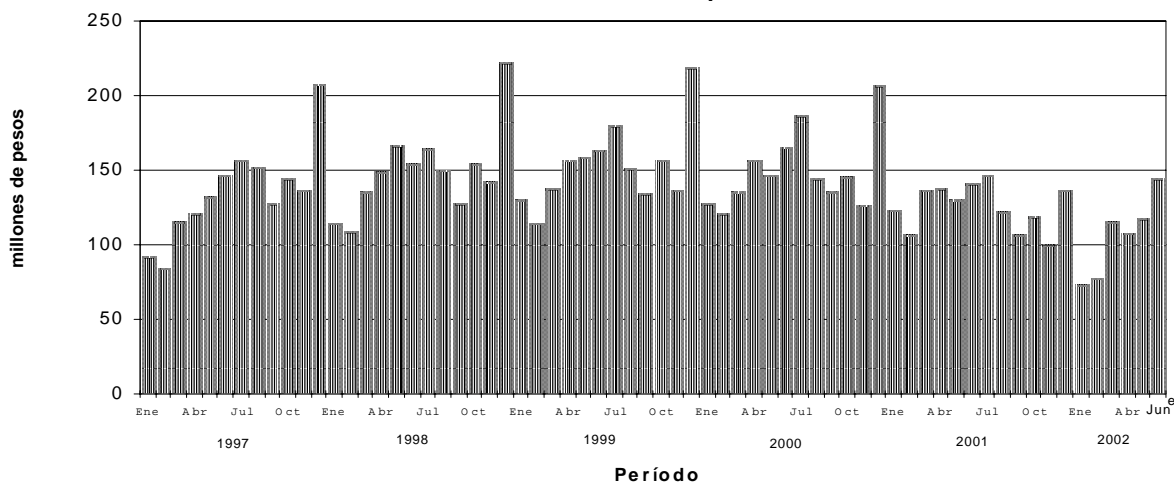
El anticipo de las ventas efectuadas por los 29 Centros de compras durante el mes de junio de 2002 indica que estas alcanzaron a \$ 143,9 millones. De esta manera, las ventas totales registran un aumento de 21,6% con respecto a mayo de 2002 y un incremento de 2,2% con respecto a junio de 2001.

Según estos resultados las ventas totales del primer semestre de 2002 se redujeron 17,8% con respecto a las ventas del primer semestre de 2001.

### Evolución de las ventas a precios corrientes

Período	Ventas en millones de \$	Variación porcentual		
		respecto al período anterior	respecto a igual período del año anterior	del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período del año anterior
1997	1.617,2	///	///	///
1998	1.791,9	10,8		
1999	1.836,9	2,5	///	///
2000	1.797,7	-2,1	///	///
2001	1.505,6	-16,2	///	///
2000 Ene	127,4	-41,7	-2,0	-2,0
Feb	120,7	-5,3	5,5	1,5
Mar	135,7	12,5	-1,2	0,5
Abr	156,5	15,3	-0,1	0,4
May	146,6	-6,3	-7,8	-1,5
Jun	165,3	12,8	1,5	-0,9
Jul	187,2	13,2	3,9	-0,1
Ago	144,1	-23,0	-4,7	-0,7
Set	135,2	-6,2	0,9	-0,5
Oct	145,2	7,4	-7,4	-1,2
Nov	126,9	-12,6	-6,8	-1,7
Dic	207,0	63,1	-5,2	-2,1
2001 Ene	123,6	-40,3	-3,0	-3,0
Feb	106,2	-14,1	-12,0	-7,4
Mar	136,4	28,4	0,5	-4,6
Abr	137,6	0,9	-12,1	-6,8
May	130,4	-5,2	-11,1	-7,7
Jun	140,8	8,0	-14,8	-9,1
Jul	146,6	4,1	-21,7	-11,3
Ago	122,2	-16,6	-15,2	-11,8
Set	106,8	-12,6	-21,0	-12,7
Oct	118,4	10,9	-18,5	-13,3
Nov	100,0	-15,5	-21,2	-13,9
Dic	136,6	36,6	-34,0	-16,2
2002 Ene	73,8	-46,0	-40,3	-40,3
Feb	77,4	5,0	-27,1	-34,2
Mar	116,1	49,9	-14,9	-27,0
Abr	107,8	-7,1	-21,7	-25,5
May	118,3	9,8	-9,2	-22,2
Jun <sup>e</sup>	143,9	21,6	2,2	-17,8

### Evolución mensual de las ventas a precios corrientes



## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS - MAYO DE 2002

En el mes de mayo de 2002 las ventas totales de los 29 Centros de Compras ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y en los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires alcanzaron a \$118,3 millones. Esto representa un aumento de 9,8 % con respecto a abril de 2002 y una baja de 9,2 % con respecto a mayo de 2001.

Las ventas promedio por local fueron en mayo de 2002 de \$57,6 miles, en tanto que las ventas por m<sup>2</sup> llegaron a \$290.

Si se analiza la composición por rubro de las ventas en mayo de 2002, se observa que los rubros más importantes son Indumentaria, Calzado y Marroquinería (54,5%); Patio de Comidas, Alimentos y Kioscos (11,8%) y Electrónicos, CD, Electrodomésticos y Computación (7,3%). Como contrapartida, cada uno de los restantes rubros no supera el 6% de participación.

En el siguiente cuadro se puede observar la evolución mensual de las ventas de cada rubro, tomando como base = 100 a mayo de 1997.

### Evolución mensual de las ventas por rubro Índice base mayo de 1997=100

Período	Total	Indumentaria calzado y marroquinería	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD electrodomésticos y computación
<b>2000</b> mayo	111,3	103,7	100,0	110,2	112,5	106,6
junio	125,5	121,7	128,0	120,0	118,6	110,1
julio	142,1	124,4	133,4	132,1	158,3	125,2
agosto	109,4	88,3	115,2	114,9	119,6	112,7
setiembre	102,7	88,9	108,6	111,8	112,3	94,9
octubre	110,2	103,6	117,3	110,2	111,0	106,6
noviembre	96,4	90,9	97,3	104,7	99,6	88,5
diciembre	157,1	158,8	158,4	140,3	125,4	146,7
<b>2001</b> enero	93,8	69,8	84,3	88,5	107,7	111,6
febrero	80,7	61,4	74,0	98,1	97,3	85,8
marzo	103,5	86,8	114,4	120,6	110,5	110,5
abril	104,5	99,3	103,2	101,2	106,5	103,4
mayo	99,0	99,7	95,3	89,2	96,8	95,0
junio	106,9	103,7	114,8	108,0	102,0	109,2
julio	111,3	99,2	105,2	103,6	128,6	96,8
agosto	92,7	76,9	99,5	90,2	105,1	80,2
setiembre	81,1	74,6	85,2	90,4	85,9	63,2
octubre	89,9	86,9	90,5	67,6	90,7	79,1
noviembre	75,9	75,8	74,5	74,2	74,4	57,8
diciembre	103,7	108,5	113,6	93,4	84,4	75,6
<b>2002</b> enero	56,0	50,7	55,1	47,8	69,8	36,1
febrero	58,8	51,5	60,0	68,5	73,2	36,3
marzo	88,1	84,8	92,1	88,0	96,2	54,8
abril	81,9	93,5	80,2	74,5	79,6	36,5
mayo	89,9	102,7	96,8	81,1	81,4	42,8

Período	Juguetería	Librería y papelería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
<b>2000</b> mayo	71,9	92,2	270,4	104,3	132,9
junio	80,1	103,6	315,9	116,2	139,9
julio	97,7	105,2	502,7	124,4	144,6
agosto	168,4	97,6	280,5	112,1	132,6
setiembre	63,3	86,5	264,1	113,8	131,7
octubre	65,9	93,2	190,3	129,6	141,9
noviembre	64,6	75,6	171,1	100,3	129,9
diciembre	236,3	152,1	188,8	164,9	225,7
<b>2001</b> enero	93,4	83,0	265,8	87,4	148,5
febrero	49,6	70,9	211,3	80,0	131,9
marzo	76,5	101,8	223,0	103,7	133,7
abril	62,0	90,5	192,2	107,8	122,7
mayo	52,0	76,1	160,7	107,9	106,6
junio	52,1	90,6	178,2	124,5	106,7
julio	63,1	83,1	323,7	127,1	123,9
agosto	124,5	78,5	254,9	116,1	122,9
setiembre	47,7	69,7	174,7	116,6	114,5
octubre	51,8	81,9	154,6	135,7	128,2
noviembre	55,9	67,7	121,6	103,4	111,6
diciembre	146,1	120,2	139,5	133,5	138,4
<b>2002</b> enero	53,7	70,3	129,9	76,4	80,4
febrero	28,9	70,0	158,5	76,8	86,4
marzo	43,4	104,0	187,0	109,7	141,7
abril	41,0	88,1	133,6	104,6	95,6
mayo	47,8	97,0	159,9	112,1	94,0

Si se analizan las variaciones con respecto a mayo de 2001 se observan disminuciones en Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación (54,9%); Patio de comidas (15,9%); Otros (11,7%); Amoblamientos (9,1%); Juguetería (8,1%) y Diversión y esparcimiento (0,5%). En tanto, se registran aumentos en Librería y Papelería (27,4%); Perfumería y Farmacia (3,9%); Indumentaria, calzado y marroquinería (3,0%) y Ropa y accesorios deportivos (1,6%).

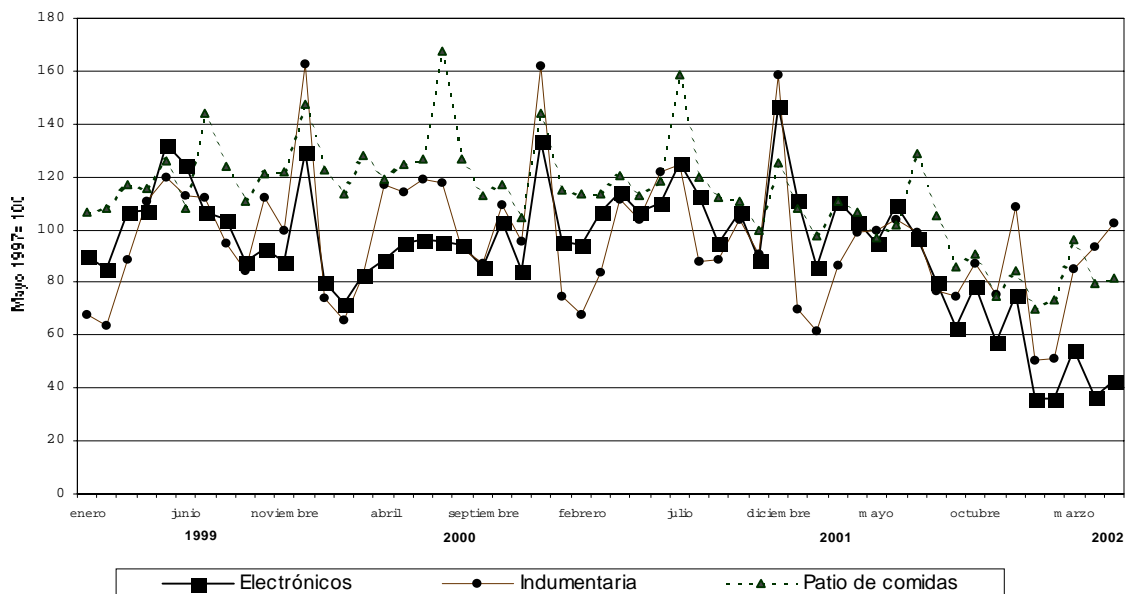
En el mes de mayo de 2002 la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 29 Centros de compras. De ellos, 14 se encuentran ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y los 15 restantes en los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires. Asimismo, 10 de ellos tienen más de 100 locales, en tanto que los otros 19 tienen hasta 100 locales

En estos Centros de compras se encuentran ubicados 2.479 locales, de los cuales 2.054 locales (82,9%) están activos con volumen de ventas disponibles y 383 locales (15,4%) permanecen inactivos. De los locales inactivos la mayor parte están disponibles para alquilar (93,5%), mientras que una pequeña proporción están cerrados por otros motivos.

Una situación similar se observa al analizar el área bruta locativa. En efecto, de un total de 457.634 m<sup>2</sup> están en condición de activos, con volumen de ventas disponibles 407.783m<sup>2</sup> (es decir, 89,1%), en tanto que 9,5% está inactivo.

En términos de cantidad de locales, el rubro que tiene la mayor participación es Indumentaria, Calzado y Marroquinería (49,5%), seguido por Patio de Comidas, Alimentos y Kiosco (16,8%); Otros (9,5%), y Amoblamientos, Decoración y Textiles para el hogar (6,7%). Por otra parte, si se toma en cuenta la composición por rubro del área bruta locativa, se observa que la mayor participación corresponde a Diversión y Esparcimiento (33,2%), seguido por Indumentaria, Calzado y Marroquinería (25,8%); Patio de Comidas, Alimentos y Kioscos (12,4%); Amoblamientos, Decoración y Textiles para el hogar (8,8%); Electrónicos, CD, Electrodomésticos y Computación (5,7%) y Otros (4,9%).

### Evolucion de las ventas de los principales rubros



La concurrencia a las 159 salas cinematográficas en el mes de mayo de 2002 fue de 864.829 espectadores, en tanto que el promedio por sala fue de 5.439 espectadores.

En la Ciudad de Buenos Aires la cantidad de salas asciende a 32 y los espectadores alcanzaron a 202.528 con una cantidad promedio de 6.329 espectadores por sala. En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires la cantidad de salas asciende a 127, los espectadores fueron 662.301 y el promedio de espectadores por sala fue de 5.215.

Los ingresos de las administraciones de los Centros de compras alcanzaron a \$11,4 millones, correspondiendo \$6,8 millones a la Ciudad de Buenos Aires y \$4,6 millones a los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

Teniendo en cuenta que el grueso de la ocupación que generan los Centros de compras corresponde a los locales comerciales y actividades "tercerizadas", se realizó para julio de 2001 un relevamiento de la ocupación global. Los resultados obtenidos pueden observarse en el cuadro que se presenta a continuación.

### Ocupación global de los Centros de Compras - Julio de 2001

Jurisdicción	Total	Administración de los Centros de Compras	Locales Comerciales	Vigilancia	Limpieza	Otros
<b>Total</b>	<b>16.676</b>	<b>904</b>	<b>14.014</b>	<b>827</b>	<b>846</b>	<b>85</b>
Ciudad de Buenos Aires	7.127	437	5.774	475	411	30
24 partidos de la prov. de Buenos Aires	9.549	467	8.240	352	435	55

La mayor parte de las personas trabajan en los locales comerciales 84,0%, en tanto que 5,4% lo hace en la administración

de los Centros de compra, 5,0% se desempeña en tareas de vigilancia 5,1% en tareas de limpieza y 0,5% en otras tareas.



## **CUADROS Y GRÁFICOS DE LA EVOLUCIÓN MENSUAL DEL SECTOR**

**Cuadro 1. Evolución de las ventas totales según jurisdicción**

Período	Ventas totales					
	Total del Gran Buenos Aires		Ciudad de Buenos Aires		24 partidos de la provincia de Buenos Aires	
	Monto en miles de \$	Índice base 1997=100	Monto en miles de \$	Índice base 1997=100	Monto en miles de \$	Índice base 1997=100
<b>1997</b>	1.617.230	100,0	843.116	100,0	774.606	100,0
<b>1998</b>	1.791.878	110,8	895.291	106,2	896.587	115,7
<b>1999</b>	1.836.936	113,6	900.787	106,8	936.149	120,9
<b>2000</b>	1.797.720	111,2	852.957	101,2	944.763	122,0
<b>2001</b>	1.505.647	93,1	701.426	83,2	804.221	103,8
1997 Mayo	131.703	97,7	72.782	103,6	58.921	91,3
Junio	146.230	108,5	73.896	105,2	72.334	112,1
Julio	156.639	116,2	77.620	110,5	79.019	122,4
Agosto	152.279	113,0	74.226	105,6	78.053	120,9
Septiembre	127.980	95,0	66.345	94,4	61.635	95,5
Octubre	144.475	107,2	74.092	105,5	70.383	109,0
Noviembre	136.401	101,2	70.305	100,1	66.096	102,4
Diciembre	207.657	154,1	103.239	146,9	104.418	161,8
1998 Enero	114.604	85,0	53.918	76,7	60.686	94,0
Febrero	109.315	81,1	52.051	74,1	57.264	88,7
Marzo	135.969	100,9	67.638	96,3	68.331	105,9
Abril	148.856	110,5	76.477	108,8	72.379	112,1
Mayo	166.858	123,8	82.212	117,0	84.646	131,1
Junio	154.538	114,7	75.436	107,4	79.102	122,5
Julio	164.697	122,2	81.102	115,4	83.595	129,5
Agosto	150.388	111,6	73.249	104,3	77.139	119,5
Septiembre	127.552	94,6	64.878	92,3	62.674	97,1
Octubre	154.335	114,5	76.573	109,0	77.762	120,5
Noviembre	142.414	105,7	76.327	108,6	66.087	102,4
Diciembre	222.352	165,0	115.430	164,3	106.922	165,6
1999 Enero	129.910	96,4	64.538	91,9	65.372	101,3
Febrero	114.395	84,9	57.058	81,2	57.337	88,8
Marzo	137.355	101,9	69.653	99,1	67.702	104,9
Abril	156.574	116,2	79.515	113,2	77.059	119,4
Mayo	159.017	118,0	76.341	108,7	82.676	128,1
Junio	162.835	120,8	77.472	110,3	85.363	132,2
Julio	180.149	133,7	85.208	121,3	94.941	147,1
Agosto	151.238	112,2	72.015	102,5	79.223	122,7
Septiembre	134.075	99,5	66.333	94,4	67.742	104,9
Octubre	156.761	116,3	77.850	110,8	78.911	122,2
Noviembre	136.236	101,1	69.766	99,3	66.470	103,0
Diciembre	218.391	162,0	105.038	149,5	113.353	175,6
2000 Enero	127.361	94,5	58.095	82,7	69.266	107,3
Febrero	120.667	89,5	55.675	79,2	64.992	100,7
Marzo	135.731	116,1	64.864	92,3	70.867	109,8
Abril	156.479	116,1	74.254	105,7	82.225	127,4
Mayo	146.597	108,8	68.937	98,1	77.660	120,3
Junio	165.319	122,7	79.864	113,7	85.455	132,4
Julio	187.178	138,9	86.180	122,7	100.998	156,5
Agosto	144.119	106,9	67.695	96,3	76.424	118,4
Septiembre	135.219	100,3	64.797	92,2	70.422	109,1
Octubre	145.163	107,7	69.907	99,5	75.256	116,6
Noviembre	126.921	94,2	63.514	90,4	63.407	98,2
Diciembre	206.966	153,6	99.175	141,2	107.791	167,0
2001 Enero	123.550	91,7	57.116	81,3	66.434	102,9
Febrero	106.221	78,8	49.560	70,5	56.661	87,8
Marzo	136.358	101,2	62.751	89,3	73.607	114,0
Abril	137.620	102,1	64.721	92,1	72.899	112,9
Mayo	130.371	96,7	60.812	86,6	69.559	107,8
Junio	140.820	104,5	64.378	91,6	76.442	118,4
Julio	146.640	108,8	65.768	93,6	80.872	125,3
Agosto	122.150	90,6	55.067	78,4	67.083	103,9
Septiembre	106.843	79,3	50.476	71,8	56.367	87,3
Octubre	118.437	87,9	55.763	79,4	62.674	97,1
Noviembre	100.007	74,2	48.737	69,4	51.270	79,4
Diciembre	136.630	101,4	66.277	94,3	70.353	109,0
2002 Enero	73.750	54,7	35.929	51,1	37.821	58,6
Febrero	77.442	57,5	37.604	53,5	39.838	61,7
Marzo	116.066	86,1	58.424	83,2	57.642	89,3
Abril	107.825	80,0	58.992	84,0	48.833	75,7
Mayo	118.349	87,8	64.410	91,7	53.939	83,6

**Cuadro 2. Ventas totales. Variaciones respecto a períodos anteriores según jurisdicción**

Período	Jurisdicción	Ventas totales		Variación porcentual		
		Monto en miles de \$	Índice base 1997=100	respecto al mes anterior	respecto a igual mes del año anterior	del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período del año anterior
<b>Mayo 2002</b>	<b>Total del Gran Buenos Aires</b>	118.349	87,8	9,8	-9,2	-22,2
	<b>Ciudad de Buenos Aires</b>	64.410	91,7	9,2	5,9	-13,4
	<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>	53.939	83,6	10,5	-22,5	-29,8



**Cuadro 3. Ventas por rubro, según jurisdicción**

Período	Total	Indumentaria calzado y marroquinería	Ropa y accesorios deportivos	Amobliamientos, 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
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>											
2001Diciembre	136.630	68.110	6.947	6.228	14.431	15.331	4.042	2.808	6.050	4.917	7.766
2002 Enero	73.750	31.830	3.371	3.187	11.941	7.326	1.486	1.644	5.637	2.815	4.513
Febrero	77.442	32.341	3.669	4.567	12.515	7.357	801	1.636	6.876	2.828	4.852
Marzo	116.066	53.251	5.630	5.866	16.456	11.122	1.200	2.430	8.114	4.043	7.954
Abril	107.825	58.727	4.908	4.965	13.612	7.408	1.134	2.058	5.796	3.852	5.365
Mayo	118.349	64.483	5.923	5.406	13.914	8.689	1.324	2.266	6.937	4.128	5.279
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>											
2001Diciembre	66.277	34.764	2.838	4.028	7.808	5.110	1.930	1.482	1.288	3.096	3.933
2002 Enero	35.929	16.646	1.327	1.851	6.303	2.867	690	843	1.302	1.653	2.447
Febrero	37.604	17.140	1.418	2.892	6.380	2.701	396	824	1.591	1.685	2.577
Marzo	58.424	29.464	3.332	3.332	8.041	3.997	616	1.238	1.827	2.499	5.186
Abril	58.992	34.930	2.197	3.047	7.234	2.874	623	1.154	1.435	2.456	3.042
Mayo	64.410	38.574	2.654	3.275	7.182	3.577	726	1.242	1.480	2.614	3.086
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>											
2001Diciembre	70.353	33.346	4.109	2.200	6.623	10.221	2.112	1.326	4.762	1.821	3.833
2002 Enero	37.821	15.184	2.044	1.336	5.638	4.459	796	801	4.335	1.162	2.066
Febrero	39.838	15.201	2.251	1.675	6.135	4.656	405	812	5.285	1.143	2.275
Marzo	57.642	23.787	3.406	2.534	7.125	6.415	584	1.192	6.287	1.544	2.268
Abril	48.833	23.797	2.711	1.918	6.378	4.534	511	904	4.361	1.396	2.323
Mayo	53.939	25.909	3.269	2.131	6.732	5.112	598	1.024	5.457	1.514	2.193

en miles de \$

**Cuadro 4. Composición porcentual de las ventas, por rubro**

Período	Total	Indumentaria calzado y marroquinería	Ropa y accesorios deportivos	Amobliamientos, 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
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>											
2001Diciembre	100,0	49,8	5,1	4,6	10,6	11,2	3,0	2,1	4,4	3,6	5,7
2002 Enero	100,0	43,2	4,6	4,3	16,2	9,9	2,0	2,2	7,6	3,8	6,1
Febrero	100,0	41,8	4,7	5,9	16,2	9,5	1,0	2,1	8,9	3,7	6,3
Marzo	100,0	45,9	4,9	5,1	14,2	9,6	1,0	2,1	7,0	3,5	6,9
Abril	100,0	54,5	4,6	4,6	12,6	6,9	1,1	1,9	5,4	3,6	5,0
Mayo	100,0	54,5	5,0	4,6	11,8	7,3	1,1	1,9	5,9	3,5	4,5
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>											
2001Diciembre	100,0	52,5	4,3	6,1	11,8	7,7	2,9	2,2	1,9	4,7	5,9
2002 Enero	100,0	46,3	3,7	5,2	17,5	8,0	1,9	2,3	3,6	4,6	6,8
Febrero	100,0	45,6	3,8	7,7	17,0	7,2	1,1	2,2	4,2	4,5	6,9
Marzo	100,0	50,4	3,8	5,7	13,8	6,8	1,1	2,1	3,1	4,3	8,9
Abril	100,0	59,2	3,7	5,2	12,3	4,9	1,1	2,0	2,4	4,2	5,2
Mayo	100,0	59,9	4,1	5,1	11,2	5,6	1,1	1,9	2,3	4,1	4,8
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>											
2001Diciembre	100,0	47,4	5,8	3,1	9,4	14,5	3,0	1,9	6,8	2,6	5,4
2002 Enero	100,0	40,1	5,4	3,5	14,9	11,8	2,1	2,1	11,5	3,1	5,5
Febrero	100,0	38,2	5,7	4,2	15,4	11,7	1,0	2,0	13,3	2,9	5,7
Marzo	100,0	41,3	5,9	4,4	14,6	12,4	1,0	2,1	10,9	2,7	4,8
Abril	100,0	48,7	5,6	3,9	13,1	9,3	1,0	1,9	8,9	2,9	4,8
Mayo	100,0	48,0	6,1	4,0	12,5	9,5	1,1	1,9	10,1	2,8	4,1

en %

**Cuadro 5. Ventas promedio por local activo<sup>1</sup>, por rubro, según jurisdicción**

Período	Total	Indumentaria calzado y marroquinería	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	Juguetería	Librería y papelería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>											
2001Diciembre	65,5	64,0	95,2	47,5	42,0	273,8	109,2	73,9	70,3	72,3	41,1
2002Enero	36,1	30,6	46,8	25,3	35,5	133,2	41,3	43,3	67,9	42,0	23,9
Febrero	38,1	31,2	51,7	36,8	37,4	136,2	21,6	44,2	82,8	42,8	25,9
Marzo	56,4	51,6	78,2	43,5	48,3	202,2	34,3	63,5	95,5	59,5	40,2
Abril	52,6	57,6	70,1	37,1	39,1	134,7	32,4	57,2	65,9	56,6	27,7
Mayo	57,6	63,5	83,4	39,2	40,3	158,0	34,8	64,7	73,8	62,5	26,9
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>											
2001Diciembre	60,9	59,8	105,1	49,1	45,1	222,2	107,2	59,3	46,0	72,0	44,2
2002Enero	33,2	28,9	49,1	22,6	36,6	124,7	36,3	33,7	46,5	38,4	27,5
Febrero	34,9	29,9	52,5	35,3	37,1	117,4	22,0	33,0	56,8	40,1	29,3
Marzo	54,4	51,7	82,4	40,6	46,8	173,8	34,2	49,5	65,3	59,5	59,6
Abril	55,4	62,0	84,5	37,2	42,1	125,0	34,6	48,1	51,3	58,5	35,0
Mayo	60,3	69,1	106,2	39,9	41,5	149,0	36,3	51,8	46,3	62,2	35,1
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>											
2001Diciembre	70,5	68,9	89,3	44,9	38,7	309,7	111,2	102,0	82,1	72,8	38,3
2002Enero	39,4	32,6	45,4	30,4	34,4	139,3	44,2	61,6	78,8	48,4	20,7
Febrero	41,8	32,8	51,2	39,9	37,6	150,2	21,3	67,7	96,1	47,6	23,0
Marzo	58,6	51,6	75,7	47,8	49,8	222,7	34,4	91,7	110,3	59,4	24,9
Abril	49,7	52,1	61,6	36,9	36,2	141,7	30,1	75,3	72,7	53,7	21,7
Mayo	54,7	56,6	71,1	38,1	39,1	164,9	33,2	93,1	88,0	63,1	20,3

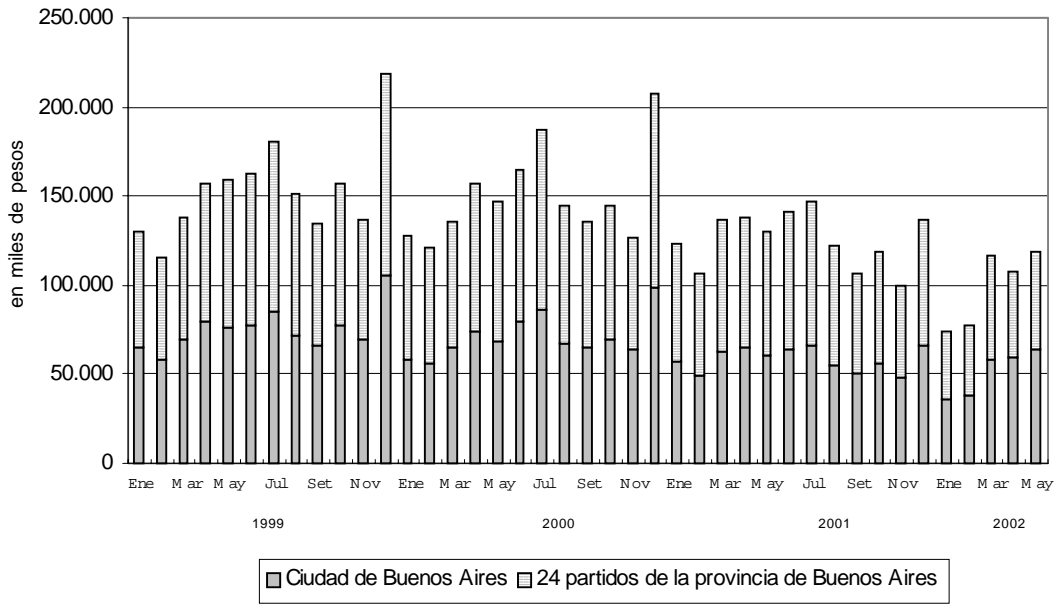
<sup>1</sup>Comprende los locales activos con volumen de ventas disponible.

**Cuadro 6. Ventas promedio por m<sup>2</sup>, por rubro, según jurisdicción**

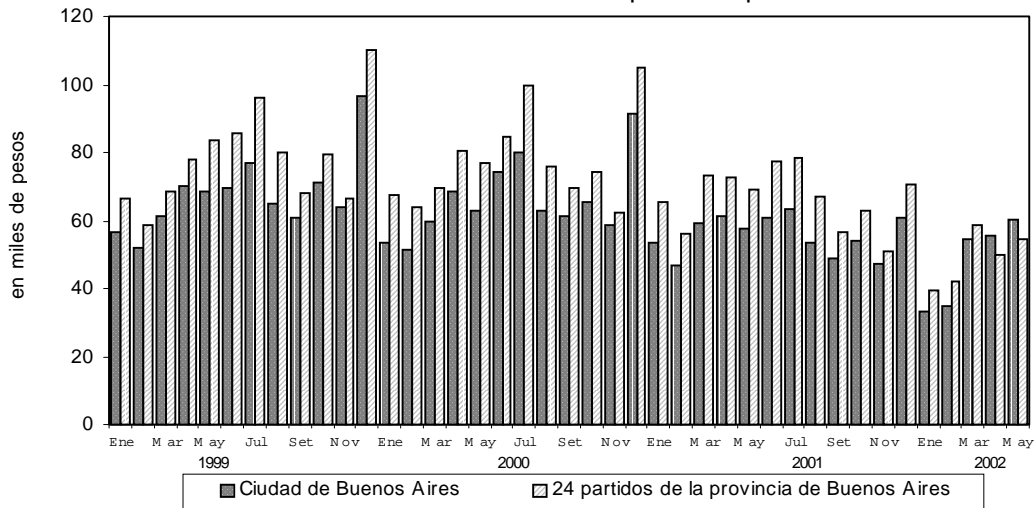
Período	Total	Indumentaria calzado y marroquinería	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	Juguetería	Librería y papelería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>											
2001Diciembre	346	641	394	200	333	627	488	592	45	722	438
2002Enero	189	304	194	103	285	308	173	347	42	420	253
Febrero	199	310	211	149	299	313	93	350	52	425	274
Marzo	289	509	318	174	363	471	142	502	59	589	427
Abril	266	560	282	148	288	321	142	451	41	543	293
Mayo	290	613	334	160	276	376	142	504	51	590	284
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>											
2001 Noviembre	348	528	340	285	395	398	200	318	37	581	398
Diciembre	454	693	479	378	430	574	489	512	40	759	437
2002 Enero	246	334	224	174	347	322	178	291	40	405	272
Febrero	258	344	239	271	351	304	102	285	49	419	287
Marzo	402	593	375	312	443	449	159	428	56	621	580
Abril	407	710	383	286	399	323	161	406	44	611	340
Mayo	444	787	475	266	351	395	182	440	48	650	458
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>											
2001Diciembre	283	56	351	107	263	658	444	718	47	668	439
2002 Enero	155	278	178	66	237	299	169	433	43	443	233
Febrero	164	280	197	84	259	318	85	456	52	435	261
Marzo	225	434	290	110	310	484	129	612	59	544	286
Abril	188	428	232	110	219	320	109	526	40	484	249
Mayo	205	462	269	110	225	363	127	612	52	509	165

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

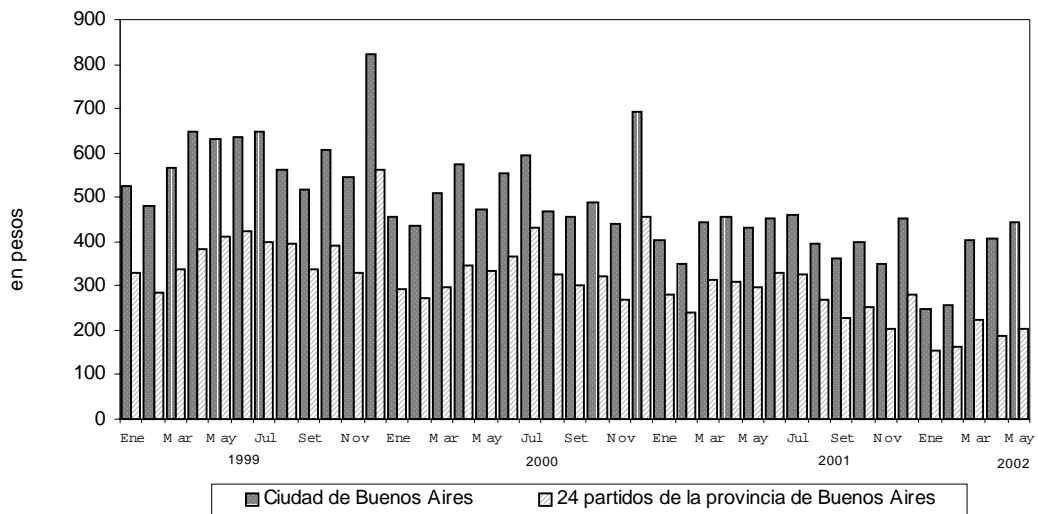
**Gráfico 1. Evolución de las ventas totales**



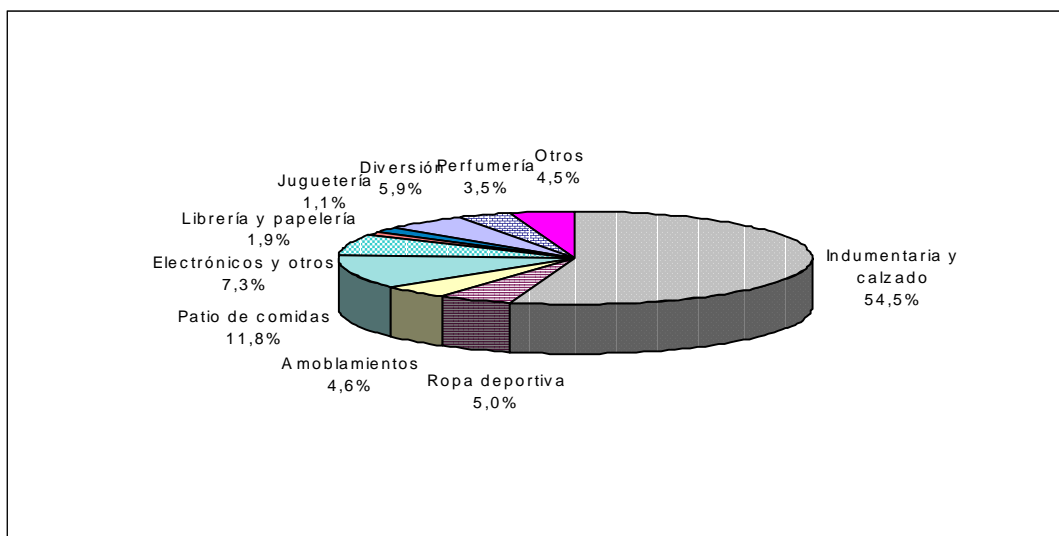
**Gráfico 2. Evolución de las ventas promedio por local activo**



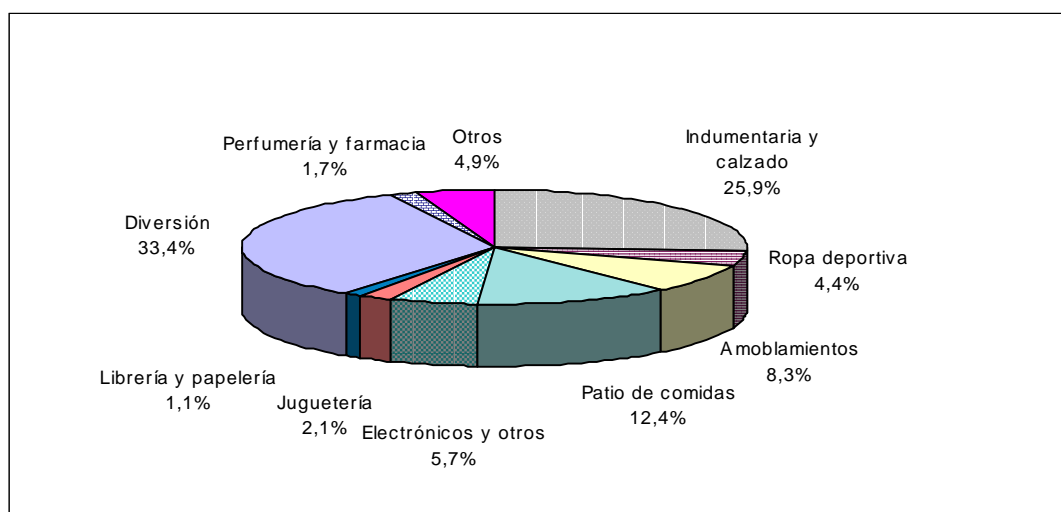
**Gráfico 3. Evolución de las ventas por metro cuadrado**



**Gráfico 4. Composición porcentual de las ventas, por rubro MAYO 2002**



**Gráfico 5. Composición del área bruta locativa, por rubro MAYO 2002**



**Cuadro 7. Cantidad de Centros de compras por tamaño, según jurisdicción**

Período	Total	Cantidad de locales		Ciudad de Buenos Aires			24 partidos de la provincia de Buenos Aires		
		Más de 100	Hasta 100	Total	Más de 100 locales	Hasta 100 locales	Total	Más de 100 locales	Hasta 100 locales
					número				
<b>1997</b> Enero	20	8	12	13	4	9	7	4	3
Febrero	20	8	12	13	4	9	7	4	3
Marzo	20	8	12	13	4	9	7	4	3
Abril	20	8	12	13	4	9	7	4	3
Mayo	20	8	12	13	4	9	7	4	3
Junio	21	9	12	13	4	9	8	5	3
Julio	22	9	13	13	4	9	9	5	4
Agosto	22	9	13	13	4	9	9	5	4
Setiembre	22	9	13	13	4	9	9	5	4
Octubre	22	9	13	13	4	9	9	5	4
Noviembre	22	9	13	13	4	9	9	5	4
Diciembre	24	9	15	13	4	9	11	5	6
<b>1998</b> Enero	24	9	15	13	4	9	11	5	6
Febrero	24	9	15	13	4	9	11	5	6
Marzo	24	9	15	13	4	9	11	5	6
Abril	24	9	15	13	4	9	11	5	6
Mayo	24	9	15	13	4	9	11	5	6
Junio	24	9	15	13	4	9	11	5	6
Julio	24	9	15	13	4	9	11	5	6
Agosto	24	9	15	13	4	9	11	5	6
Setiembre	24	9	15	13	4	9	11	5	6
Octubre	24	9	15	13	4	9	11	5	6
Noviembre	25	10	15	14	5	9	11	5	6
Diciembre	25	10	15	14	5	9	11	5	6
<b>1999</b> Enero	25	10	15	14	5	9	11	5	6
Febrero	25	10	15	14	5	9	11	5	6
Marzo	25	10	15	14	5	9	11	5	6
Abril	25	10	15	14	5	9	11	5	6
Mayo	24	10	14	13	5	8	11	5	6
Junio	24	10	14	13	5	8	11	5	6
Julio	24	10	14	13	5	8	11	5	6
Agosto	24	10	14	13	5	8	11	5	6
Setiembre	24	10	14	13	5	8	11	5	6
Octubre	24	10	14	13	5	8	11	5	6
Noviembre	24	10	14	13	5	8	11	5	6
Diciembre	25	10	15	13	5	8	12	5	7
<b>2000</b> Enero	25	10	15	13	5	8	12	5	7
Febrero	25	10	15	13	5	8	12	5	7
Marzo	25	10	15	13	5	8	12	5	7
Abril	25	10	15	13	5	8	12	5	7
Mayo	25	10	15	13	5	8	12	5	7
Junio	25	10	15	13	5	8	12	5	7
Julio	25	10	15	13	5	8	12	5	7
Agosto	25	10	15	13	5	8	12	5	7
Setiembre	25	10	15	13	5	8	12	5	7
Octubre	25	10	15	13	5	8	12	5	7
Noviembre	25	10	15	13	5	8	12	5	7
Diciembre	26	10	16	13	5	8	13	5	8
<b>2001</b> Enero	26	10	16	13	5	8	13	5	8
Febrero	26	10	16	13	5	8	13	5	8
Marzo	26	10	16	13	5	8	13	5	8
Abril	26	10	16	13	5	8	13	5	8
Mayo	26	10	16	13	5	8	13	5	8
Junio	26	10	16	13	5	8	13	5	8
Julio	27	10	17	13	5	8	14	5	9
Agosto	27	10	17	13	5	8	14	5	9
Setiembre	27	10	17	13	5	8	14	5	9
Octubre	27	10	17	13	5	8	14	5	9
Noviembre	27	10	17	13	5	8	14	5	9
Diciembre	28	10	18	14	5	9	14	5	9
<b>2002</b> Enero	28	10	18	14	5	9	14	5	9
Febrero	28	10	18	14	5	9	14	5	9
Marzo	29	10	19	14	5	9	15	5	10
Abril	29	10	19	14	5	9	15	5	10
Mayo	29	10	19	14	5	9	15	5	10



**Cuadro 9.** Cantidad de locales activos<sup>1</sup>, por rubro, según jurisdicción

Periodo	Total	Indumentaria calzado y marroquinería	Ropa y accesorios deportivos	Amobliamientos, 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
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>											
2001/Diciembre	2.087	1.065	73	131	344	56	37	38	86	68	189
2002/Enero	2.043	1.041	72	126	336	55	36	38	83	67	189
Febrero	2.031	1.037	71	124	335	54	37	37	83	66	187
Marzo	2.058	1.031	72	135	341	55	35	38	85	68	196
Abril	2.048	1.020	70	134	348	55	35	36	88	68	194
Mayo	2.054	1.016	71	138	345	55	38	35	94	66	196
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>											
2001/Diciembre	1.089	581	27	82	173	23	18	25	28	43	89
2002/Enero	1.082	575	27	82	172	23	18	25	28	43	89
Febrero	1.079	574	27	82	172	23	18	25	28	42	88
Marzo	1.074	570	27	82	172	23	18	25	28	42	87
Abril	1.065	563	26	82	172	23	18	24	28	42	87
Mayo	1.068	558	25	82	173	24	20	24	32	42	88
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>											
2001/Diciembre	998	484	46	49	171	33	19	13	58	25	100
2002/Enero	961	466	45	44	164	32	18	13	55	24	100
Febrero	952	463	44	42	163	31	19	12	55	24	99
Marzo	984	461	45	53	169	32	17	13	57	26	111
Abril	983	457	44	52	176	32	17	12	60	26	107
Mayo	986	458	46	56	172	31	18	11	62	24	108

<sup>1</sup> Comprende los locales activos con volumen de ventas disponible.

**Cuadro 10.** Área bruta locativa de los locales activos<sup>1</sup>, por rubro, según jurisdicción

Periodo	Total	Indumentaria calzado y marroquinería	Ropa y accesorios deportivos	Amobliamientos, 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
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>											
2001/Diciembre	395.019	106.328	17.621	31.166	43.378	24.444	8.630	4.740	134.165	6.806	17.741
2002/Enero	389.708	104.542	17.411	30.845	41.896	23.820	8.571	4.740	133.321	6.703	17.859
Febrero	388.458	104.169	17.349	30.611	41.867	23.522	8.630	4.673	133.321	6.647	17.679
Marzo	402.084	104.534	17.685	33.807	45.340	23.612	8.397	4.841	138.402	6.860	18.606
Abril	405.085	104.850	17.415	33.649	47.318	23.086	8.553	4.562	140.273	7.099	18.280
Mayo	407.783	105.148	17.731	33.735	50.416	23.120	8.714	4.497	136.438	6.995	19.989
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>											
2001/Diciembre	146.090	50.159	5.924	10.665	18.176	8.699	3.871	2.892	32.423	4.078	9.003
2002/Enero	145.786	49.887	5.924	10.665	18.144	8.699	3.871	2.892	32.423	4.078	9.003
Febrero	145.653	49.831	5.924	10.665	18.153	8.699	3.871	2.892	32.423	4.022	8.973
Marzo	145.448	49.663	5.924	10.665	18.153	8.699	3.871	2.892	32.423	4.022	8.936
Abril	144.766	49.213	5.739	10.665	18.153	8.699	3.871	2.842	32.423	4.022	8.936
Mayo	145.027	49.035	5.592	12.300	20.450	9.045	3.990	2.825	31.036	4.022	6.732
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>											
2001/Diciembre	248.929	56.169	11.697	20.501	25.202	15.545	4.759	1.848	101.742	2.728	8.738
2002/Enero	243.922	54.655	11.487	20.180	23.752	14.921	4.700	1.848	100.898	2.625	8.856
Febrero	242.805	54.338	11.425	19.946	23.704	14.623	4.759	1.781	100.898	2.625	8.705
Marzo	256.636	54.871	11.761	23.142	27.187	14.713	4.526	1.949	105.979	2.838	9.670
Abril	260.319	55.637	11.676	22.984	29.165	14.187	4.682	1.717	107.850	3.077	9.344
Mayo	262.756	56.113	12.139	23.435	29.966	14.075	4.724	1.672	104.402	3.073	13.257

<sup>1</sup> Comprende los locales activos con volumen de ventas disponible.

**Cuadro 11. Área bruta locativa promedio por local activo<sup>1</sup>, 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
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>											
2001 Diciembre	189	100	241	238	126	437	233	125	1.560	100	94
2002 Enero	191	100	242	245	125	433	238	125	1.606	100	94
Febrero	191	100	244	247	125	436	233	126	1.606	101	95
Marzo	195	101	246	250	133	429	240	127	1.628	101	94
Abril	198	103	249	251	136	420	244	127	1.594	104	94
Mayo	199	103	250	259	146	420	229	128	1.441	106	102
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>											
2001 Diciembre	134	86	219	130	105	387	215	116	1.158	95	101
2002 Enero	135	87	219	130	105	387	215	116	1.158	95	101
Febrero	135	87	219	130	106	387	215	116	1.158	96	102
Marzo	135	87	219	130	106	387	215	116	1.158	96	103
Abril	136	87	221	130	106	387	215	118	1.158	96	103
Mayo	136	88	224	150	118	377	200	118	970	96	77
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>											
2001 Diciembre	249	116	254	418	147	471	250	142	1.754	109	87
2002 Enero	254	117	255	459	145	466	261	142	1.835	109	89
Febrero	255	117	260	475	145	472	250	148	1.835	109	88
Marzo	261	119	261	437	161	460	266	150	1.859	109	87
Abril	265	122	265	442	166	443	275	143	1.798	118	87
Mayo	266	123	264	418	174	454	262	152	1.684	124	123

<sup>1</sup> Comprende los locales activos con volumen de ventas disponible.



**Cuadro 12.** 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
		número	
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>			
2001 Diciembre	151	755.612	5.004
2002 Enero	151	676.558	4.481
Febrero	151	882.036	5.841
Marzo	159	989.225	6.508
Abril	159	719.812	4.527
Mayo	159	864.829	5.439
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>			
2001 Diciembre	32	157.302	4.916
2002 Enero	32	176.867	5.527
Febrero	32	220.893	6.903
Marzo	32	256.459	8.014
Abril	32	196.965	6.155
Mayo	32	202.528	6.329
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>			
2001 Diciembre	119	598.310	5.028
2002 Enero	119	499.691	4.199
Febrero	119	661.143	5.556
Marzo	127	732.766	6.106
Abril	127	522.847	4.117
Mayo	127	662.301	5.215

**Cuadro 13.** Cantidad de personal ocupado de las administraciones de los Centros de Compras<sup>1</sup>, por jurisdicción

Período	Total del Gran Buenos Aires	Ciudad de Buenos Aires	24 partidos de la provincia de Buenos Aires
		número	
2001 Diciembre	884	475	409
2002 Enero	903	487	416
Febrero	878	491	387
Marzo	887	485	402
Abril	869	481	388
Mayo	852	463	389

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

**Cuadro 14.** 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 \$	
2001 Diciembre	13.275	7.136	6.139
2002 Enero	11.548	7.038	4.510
Febrero	8.672	5.133	3.539
Marzo	9.354	5.782	3.572
Abril	9.906	5.709	4.197
Mayo	11.399	6.807	4.592



**ANEXO**

**VENTAS**

**DE CENTROS DE COMPRAS**

**A PRECIOS CONSTANTES**

## Contenido del Anexo

	Página
<b>INTRODUCCION Y OBJETIVOS DEL TRABAJO</b>	21
<b>ELABORACION DE LOS INDICES DE PRECIOS</b>	21
<b>CALCULO DE LAS SERIES DE VENTAS A PRECIOS CONSTANTES</b>	22
<b>CUADROS</b>	
Cuadro 1. Índices de precios utilizados para la elaboración de los índices adaptados a la Encuesta de Centros de Compras, por rubro.	23
Cuadro 2. Evolución de los índices de precios adaptados a la Encuesta de Centros de Compras, por rubro. Índice base 1997=100	24
Cuadro 3. Variaciones interanuales de los índices de precios adaptados a la Encuesta de Centros de Compras, por rubro.	26
Cuadro 4. Evolución de las ventas a precios corrientes, por rubro. Índice base 1997=100.	28
Cuadro 5. Variaciones interanuales de las ventas a precios corrientes, por rubro.	30
Cuadro 6. Evolución de las ventas a precios promedio de 1997, por rubro. Índice base 1997=100.	32
Cuadro 7. Variaciones interanuales de las ventas a precios promedio de 1997, por rubro.	34

## 1. INTRODUCCION Y OBJETIVO DEL TRABAJO

A partir de Mayo de 1997 el INDEC lleva a cabo la Encuesta de Centros de Compras.

En su implementación se había tenido en cuenta que la variable más importante –las ventas mensuales- se difundiría a valores corrientes y a precios del consumidor, debido a la relativa estabilidad de precios observada en los períodos anteriores.

A lo largo del período se manifestaron variaciones en los niveles de precios de los productos comercializados por los centros de compras. Este fenómeno determina la subestimación o sobreestimación de la cantidad de mercaderías vendidas, según se trate de movimientos descendentes o ascendentes del nivel de precios.

Por esta razón, el INDEC consideró conveniente calcular una nueva serie de ventas. Esta vez expresadas a precios constantes, de modo de aislar el efecto de los cambios en los precios y observar su comportamiento real, es decir, el que resulta exclusivamente de las variaciones de las cantidades o volúmenes.

El objetivo de este trabajo consiste en elaborar estas series de ventas a precios constantes para los diez rubros y las ventas totales de la Encuesta de Centros de Compras.

A los efectos de compatibilizar la presentación de las series de ventas a precios constantes de centros de compras con el Sistema de Cuentas Nacionales y la Matriz de Insumo Producto 1997, la información se expone en todos los casos expresada en la base 1997=100.

Cabe aclarar que el método utilizado para la reexpresión a precios constantes es válido tanto ante la presencia de inflación como de deflación.

## 2. ELABORACION DE LOS INDICES DE PRECIOS

La serie de ventas a precios constantes de cada rubro de la Encuesta de Centros de Compras se obtiene aplicando a la serie de ventas a precios corrientes del rubro un índice referido a la evolución de los precios de un conjunto representativo de productos.

Se obtuvo así un índice de precios mensual adaptado a la encuesta correspondiente a cada uno de los rubros: Indumentaria, calzado y marroquinería; Ropa y accesorios deportivos; Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar; Patio de comidas, alimentos y kioscos; Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación; Juguetería; Librería y papelería; Diversión y esparcimiento; Perfumería y farmacia y Otros.

Estos índices de precios surgen a partir de la combinación de índices componentes del Índice de Precios al Consumidor (IPC), pertinentes a cada rubro. En el Cuadro 1 se muestran los índices utilizados.

Cada índice surgió como promedio ponderado de los índices de precios incluidos en cada rubro.

Los ponderadores se calcularon a partir de los ponderadores que asigna el IPC a cada índice y que representan la participación del gasto en cada uno de ellos en el gasto total de los hogares. Posteriormente se efectuó una reasignación dentro de cada rubro, obteniéndose los ponderadores definitivos (ver Cuadro 1).

$$\text{Indice de precios del rubro} = \sum_{i \in C} w_i I_i \cdot 100$$

Donde:

C = representa al rubro

$w_i$  = ponderación del índice en el IPC (base 1999=100) dividido por la  $\sum$  de las ponderaciones de los índices del IPC incluidos en el rubro

$I_i$  = Índice i del IPC

El índice de precios correspondiente a las ventas totales se calcula indirectamente, por medio de la relación entre los índices de ventas a precios corrientes y los índices de ventas a precios constantes. Se trata, por lo tanto, de un índice de precios Paasche, ya que las ponderaciones de cada uno de los grupos de artículos varían a lo largo del tiempo, siguiendo la evolución de las ventas a precios corrientes.

En términos de fórmulas puede exponerse de la siguiente manera:

$$\text{Índice de precios de las ventas totales} = \frac{\sum p_n q_n}{\sum p_0 q_n}$$

Donde:

$p_n$  = precio del producto en el período n

$p_0$  = precio del producto en el período base

$q_n$  = cantidad del producto en el período n

Cabe aclarar que a partir de noviembre de 1999 se utilizaron índices de precios correspondientes al nuevo IPC base 1999=100, mientras que para los años 1997 y 1998 los índices son base 1988=100. Por este motivo, se realizaron empalmes de los índices en esa fecha.

En el Cuadro 2 se presenta la evolución de los índices de precios adaptados a la Encuesta de Centros de Compras, por rubro y en forma de índice base 1997=100. Los índices de precios de las ventas totales se obtuvieron a través de la aplicación de la fórmula. En el Cuadro 3 se exponen las variaciones interanuales en los niveles de precios.

### 3. CALCULO DE LAS SERIES DE VENTAS A PRECIOS CONSTANTES

Las series de ventas a precios constantes de cada uno de los rubros fueron calculadas aplicando a las series de ventas a precios corrientes los índices de precios antes elaborados.

De esta manera, las series de ventas a precios constantes deben ser interpretadas como series de ventas a precios promedio de 1997.

La serie de ventas totales a precios constantes es obtenida, para cada mes, por medio de la sumatoria de las ventas a precios constantes de los diez rubros que componen la Encuesta de Centros de Compras.

Para una mayor claridad en la exposición de la información, las series de ventas a precios corrientes y a precios constantes se presentan expresadas en forma de índices, con base 1997=100 (ver cuadros 4 y 5).

En los cuadros 6 y 7 se pueden observar las variaciones interanuales de las ventas a precios corrientes y a precios constantes, desagregadas por rubro.

**Cuadro 1.** Índices de precios utilizados para la elaboración de los índices adaptados a la Encuesta de Centros de Compras, por rubro

<b>Rubros</b>	<b>Ponderación en el cálculo base 1988=100</b>	<b>Ponderación en el cálculo base 1999=100</b>
<b>Indumentaria</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>
Ropa interior	0,08	0,10
Ropa exterior	0,73	0,71
Calzado de vestir para hombres	0,03	0,05
Calzado de vestir para mujer	0,10	0,07
Calzado de vestir para niño/a	0,02	0,02
Artículos de marroquinería y accesorios textiles	0,03	0,04
<b>Ropa y accesorios deportivos</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>
Equipo de deporte para hombre	0,10	0,04
Equipo de deporte para mujer	0,11	0,02
Calzado deportivos y otros para adultos	0,46	0,61
Calzado deportivo y otros para niños	0,22	0,27
Artículos para deporte	0,11	0,06
<b>Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>
Muebles y accesorios decorativos	0,46	0,60
Textiles para el hogar	0,37	0,26
Batería de cocina, cubiertos, vajilla y otros	0,17	0,14
<b>Patio de comidas, alimentos y kioscos</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>
Cigarillos y accesorios	0,29	0,20
Alimentos y bebidas consumidos fuera del hogar	0,71	0,80
<b>Electrónicos, CD, y electrodomésticos</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>
Artefactos para el hogar	0,59	0,44
Equipos de audio, televisión, fotografía y computación	0,18	0,36
Elementos para audio, fotografía, video y computación	0,22	0,20
<b>Juguetería</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>
Juguetes y juegos	1,00	1,00
<b>Librería</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>
Libros	0,18	0,21
Textos y útiles escolares	0,82	0,79
<b>Diversión y esparcimiento</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>
Cine	1,00	0,50
Ficha para video juegos	0,00	0,50
<b>Perfumería y farmacia</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>
Productos medicinales	0,61	0,65
Elementos para primeros auxilios, aparatos y acc. terapéuticos	0,03	0,05
Artículos de tocador y belleza	0,36	0,30
<b>Otros</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>
Artículos de joyería	0,11	0,04
Servicios para fotografía	0,19	0,09
Servicios para el cuidado personal	0,55	0,71
Armazón de anteojos	0,08	0,08
Cristales de anteojos	0,08	0,08

**Cuadro 2.** Evolución de los índices de precios adaptados a la Encuesta de Centros de compras, por rubro. Índice base 1997=100

Período	Total	Indumentaria	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, Electrodomésticos	Juguetería	Librería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
<b>1.997</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>1.998</b>	97,4	96,3	98,6	98,8	99,6	95,9	97,6	99,4	100,5	100,5	97,6
<b>1.999</b>	93,7	91,0	97,2	96,3	98,5	89,9	95,8	99,0	97,6	101,2	96,1
<b>2.000</b>	90,1	85,6	93,4	93,9	99,0	86,1	92,3	98,6	97,4	102,2	94,5
<b>2.001</b>	86,5	80,4	92,3	91,3	101,3	79,2	89,8	97,1	98,1	103,2	90,9
1997 Enero	100,9	101,3	100,9	100,8	100,2	101,0	102,0	100,1	98,5	99,8	100,5
Febrero	100,3	99,8	100,8	100,7	100,1	100,9	101,3	100,0	98,8	99,9	100,5
Marzo	100,7	101,1	100,8	100,5	100,0	100,7	101,0	99,6	98,8	99,8	100,6
Abril	101,1	101,9	100,5	100,4	100,0	100,5	100,8	99,9	98,8	100,0	100,6
Mayo	101,0	101,9	100,5	100,3	100,0	100,4	100,3	99,9	98,4	100,0	100,6
Junio	100,8	101,5	100,5	100,1	100,0	100,1	100,2	99,9	98,4	100,0	100,3
Julio	100,1	99,9	100,2	99,9	100,0	99,9	99,9	100,1	101,4	100,0	100,3
Agosto	99,1	97,6	99,6	99,9	100,0	99,8	99,0	100,0	101,9	100,1	99,8
Septiembre	99,5	98,7	99,3	99,7	100,1	99,6	99,2	100,0	101,9	100,2	99,7
Octubre	99,4	99,0	99,2	99,4	99,8	99,4	99,0	100,0	101,0	100,1	99,3
Noviembre	99,3	99,0	99,0	99,4	99,9	99,0	99,0	100,0	101,0	100,1	98,7
Diciembre	99,0	98,6	98,9	99,3	99,8	98,8	98,4	100,1	101,0	100,2	98,7
1998 Enero	98,5	97,0	98,4	99,2	99,8	98,6	97,8	100,1	101,0	100,2	98,7
Febrero	98,0	96,1	97,8	99,1	99,8	98,1	97,8	99,6	100,1	100,4	98,4
Marzo	98,7	98,2	98,3	99,1	99,6	97,8	97,8	99,1	100,6	100,3	98,0
Abril	98,8	98,6	98,9	99,1	99,6	97,4	97,8	99,1	100,9	100,4	98,2
Mayo	98,7	98,6	98,9	99,0	99,5	97,0	97,7	99,1	100,9	100,3	98,0
Junio	98,4	98,1	99,0	98,9	99,5	96,7	98,1	99,2	100,9	100,5	97,6
Julio	97,7	96,5	99,2	98,7	99,7	96,1	98,0	99,3	100,4	100,5	97,4
Agosto	96,6	94,2	99,0	98,6	99,7	95,5	97,5	99,3	100,4	100,5	97,0
Septiembre	96,8	94,9	98,8	98,4	99,6	94,8	97,6	99,5	100,6	100,6	97,2
Octubre	96,4	94,7	98,2	98,5	99,7	93,7	97,4	99,5	100,4	100,7	97,0
Noviembre	96,2	94,5	98,3	98,4	99,5	92,8	97,5	99,6	100,0	100,8	96,9
Diciembre	95,8	94,1	98,0	98,2	99,5	92,4	96,7	99,5	99,6	100,7	96,7
1999 Enero	95,3	92,1	98,4	97,7	99,2	91,7	97,0	99,5	99,5	100,8	96,7
Febrero	94,4	90,5	98,1	97,2	99,0	91,3	96,8	99,2	97,6	100,9	96,7
Marzo	94,8	92,2	97,7	97,0	98,7	91,0	96,8	99,0	97,6	101,0	96,2
Abril	95,1	93,8	97,7	96,8	98,7	90,3	96,4	99,0	98,0	101,1	96,2
Mayo	94,9	93,5	97,8	96,6	98,5	90,0	96,5	99,0	97,2	101,3	96,0
Junio	94,7	93,2	97,7	96,3	98,6	89,9	96,3	98,9	97,7	101,4	95,9
Julio	93,9	90,9	98,0	96,2	98,6	89,5	95,6	99,0	97,0	101,3	95,8
Agosto	92,8	88,6	97,3	95,8	98,4	89,4	94,8	98,9	97,4	101,3	95,8
Septiembre	92,7	88,9	96,6	95,8	98,1	89,3	94,8	98,8	97,4	101,2	95,7
Octubre	92,6	89,5	96,3	95,4	98,1	89,1	94,9	98,8	97,4	101,2	95,6
Noviembre	92,5	89,3	95,4	95,6	98,1	88,9	94,7	98,7	97,4	101,3	96,3
Diciembre	92,2	89,1	94,8	95,5	98,4	88,7	94,6	98,8	97,4	101,5	95,8
2000 Enero	91,9	87,2	94,3	95,3	98,2	88,3	94,0	98,6	98,5	101,8	95,5
Febrero	91,4	85,7	94,4	95,0	97,9	88,0	93,9	98,6	98,5	101,8	95,2



Cuadro 2. Continuación

Período	Total	Indumentaria	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, Electrodomésticos	Juguetería	Librería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
Marzo	91,5	87,2	94,5	94,8	97,9	87,7	93,8	98,5	98,5	101,9	95,3
Abril	91,4	87,9	94,3	94,6	98,0	87,4	93,5	98,5	99,1	102,0	95,2
Mayo	91,1	87,8	94,1	94,4	97,8	87,0	93,1	98,6	96,6	102,0	95,2
Junio	90,7	87,3	93,7	94,1	97,7	86,7	92,5	98,5	96,1	102,1	95,2
Julio	90,2	85,1	93,1	93,9	99,8	86,2	92,5	98,5	96,3	102,2	94,9
Agosto	89,5	83,2	93,3	93,7	100,2	85,8	92,1	98,5	97,2	102,4	94,4
Septiembre	89,5	84,1	93,3	93,4	100,0	85,3	91,7	98,4	95,6	102,6	94,2
Octubre	89,0	84,2	93,2	92,9	99,9	84,4	91,9	98,5	97,4	102,6	93,2
Noviembre	88,6	83,9	91,5	92,2	99,9	84,1	88,4	99,0	97,8	102,4	92,7
Diciembre	87,6	83,5	91,7	92,0	100,3	82,6	89,7	99,2	97,4	102,2	93,2
2001 Enero	86,8	79,2	91,2	91,6	100,8	81,9	90,4	98,7	95,5	102,6	92,2
Febrero	85,1	75,1	90,7	91,8	100,7	81,6	89,3	98,8	96,4	102,8	92,3
Marzo	86,3	79,1	91,6	91,8	100,9	81,2	90,2	97,9	98,5	103,0	92,1
Abril	88,3	84,6	92,4	91,9	100,8	80,1	90,4	98,3	98,2	103,1	91,8
Mayo	88,6	85,4	92,8	92,1	101,2	80,3	90,3	97,3	99,4	103,1	92,1
Junio	88,1	84,5	92,4	91,9	101,6	79,7	90,6	97,3	101,3	103,2	91,3
Julio	87,3	81,0	92,9	91,1	101,8	79,0	88,4	97,5	100,5	103,0	90,7
Agosto	86,0	77,7	91,8	91,0	101,8	78,9	89,9	96,9	100,8	103,2	90,4
Septiembre	85,9	78,8	93,5	91,1	102,1	78,2	89,3	95,5	99,3	103,6	90,1
Octubre	85,4	79,7	93,2	90,7	101,4	77,1	88,2	95,5	98,8	103,6	89,6
Noviembre	85,3	80,1	92,7	90,4	101,7	76,6	89,9	95,6	94,3	103,5	89,4
Diciembre	84,7	79,8	92,7	89,7	101,7	76,3	90,4	95,6	94,0	103,7	88,8
2002 Enero	87,1	77,9	92,5	92,5	102,3	88,7	98,5	96,9	93,5	105,2	91,0
Febrero	88,9	77,3	94,2	101,0	102,4	101,2	107,2	102,8	92,3	115,2	93,8
Marzo	94,1	83,8	102,2	112,5	103,1	114,4	122,8	108,2	92,1	123,1	96,3
Abril	109,7	104,5	116,1	133,6	106,9	141,8	139,7	115,5	98,4	153,9	102,1
Mayo	114,9	111,0	120,2	141,0	108,6	148,1	150,5	121,9	96,3	164,3	103,5

**Cuadro 3.** Variaciones interanuales de los índices de precios adaptados a la Encuesta de Centros de Compras, por rubro.

Período	Total	Indumentaria	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, Electrodomésticos	Juguetería	Librería	Diversión y esparcimiento	Perfumaría y farmacia	Otros
<b>1.998</b>	-2,5	-3,7	-1,4	-1,2	-0,4	-4,1	-2,4	-0,6	0,5	0,5	-2,4
<b>1.999</b>	-3,8	-5,5	-1,4	-2,5	-1,1	-6,3	-1,9	-0,5	-2,8	0,7	-1,6
<b>2.000</b>	-3,9	-5,9	-3,8	-2,6	0,4	-4,2	-3,6	-0,3	-0,2	1,0	-1,6
<b>2.001</b>	-3,9	-6,1	-1,2	-2,8	2,4	-8,0	-2,7	-1,6	0,7	1,0	-3,8
1998 Enero	-2,4	-4,2	-2,4	-1,6	-0,4	-2,4	-4,1	0,1	2,5	0,4	-1,8
Febrero	-2,3	-3,8	-3,0	-1,6	-0,3	-2,8	-3,5	-0,5	1,3	0,5	-2,2
Marzo	-2,0	-2,8	-2,5	-1,4	-0,4	-2,8	-3,1	-0,4	1,8	0,5	-2,6
Abril	-2,3	-3,2	-1,7	-1,3	-0,4	-3,1	-3,0	-0,8	2,1	0,4	-2,4
Mayo	-2,3	-3,2	-1,6	-1,2	-0,4	-3,4	-2,6	-0,7	2,5	0,3	-2,6
Junio	-2,3	-3,3	-1,5	-1,2	-0,4	-3,4	-2,1	-0,7	2,5	0,5	-2,7
Julio	-2,4	-3,4	-1,0	-1,2	-0,3	-3,8	-1,9	-0,7	-1,0	0,5	-2,9
Agosto	-2,5	-3,5	-0,7	-1,2	-0,2	-4,3	-1,5	-0,8	-1,4	0,4	-2,9
Septiembre	-2,7	-3,9	-0,5	-1,2	-0,4	-4,8	-1,7	-0,5	-1,4	0,4	-2,5
Octubre	-3,0	-4,4	-0,9	-0,9	-0,1	-5,8	-1,6	-0,5	-0,5	0,5	-2,4
Noviembre	-3,1	-4,5	-0,7	-1,1	-0,4	-6,2	-1,6	-0,4	-0,9	0,6	-1,9
Diciembre	-3,3	-4,5	-0,9	-1,1	-0,3	-6,5	-1,7	-0,5	-1,4	0,5	-2,0
1999 Enero	-3,2	-5,0	0,0	-1,4	-0,6	-7,0	-0,9	-0,6	-1,5	0,6	-2,1
Febrero	-3,6	-5,8	0,3	-1,9	-0,8	-6,9	-1,0	-0,4	-2,5	0,6	-1,7
Marzo	-3,9	-6,2	-0,6	-2,1	-0,9	-7,0	-1,1	-0,1	-2,9	0,7	-1,8
Abril	-3,8	-4,9	-1,1	-2,3	-0,9	-7,3	-1,4	-0,1	-2,9	0,8	-2,0
Mayo	-3,9	-5,1	-1,1	-2,4	-1,0	-7,2	-1,2	-0,1	-3,6	0,9	-2,1
Junio	-3,8	-5,1	-1,3	-2,6	-0,9	-7,1	-1,8	-0,3	-3,2	0,9	-1,8
Julio	-3,9	-5,7	-1,2	-2,6	-1,1	-6,9	-2,4	-0,4	-3,4	0,8	-1,7
Agosto	-3,9	-5,9	-1,7	-2,8	-1,4	-6,4	-2,8	-0,4	-3,0	0,8	-1,2
Septiembre	-4,2	-6,3	-2,1	-2,7	-1,5	-5,9	-2,9	-0,7	-3,0	0,6	-1,5
Octubre	-3,9	-5,5	-1,9	-3,1	-1,6	-4,9	-2,6	-0,7	-3,0	0,5	-1,4
Noviembre	-3,8	-5,5	-3,0	-2,8	-1,4	-4,3	-2,8	-0,9	-2,6	0,5	-0,6
Diciembre	-3,8	-5,3	-3,3	-2,8	-1,2	-4,0	-2,2	-0,8	-2,2	0,8	-1,0
2000 Enero	-3,6	-5,4	-4,2	-2,5	-1,0	-3,7	-3,1	-0,9	-1,0	1,0	-1,2
Febrero	-3,2	-5,2	-3,8	-2,2	-1,1	-3,6	-3,0	-0,6	0,9	0,9	-1,5
Marzo	-3,5	-5,4	-3,2	-2,3	-0,7	-3,6	-3,0	-0,5	0,9	0,9	-1,0
Abril	-3,9	-6,3	-3,5	-2,3	-0,7	-3,2	-3,0	-0,4	1,2	0,9	-1,1
Mayo	-4,0	-6,1	-3,7	-2,3	-0,7	-3,4	-3,5	-0,5	-0,7	0,7	-0,9
Junio	-4,2	-6,3	-4,1	-2,3	-0,9	-3,6	-3,9	-0,4	-1,6	0,7	-0,7
Julio	-3,9	-6,4	-5,0	-2,4	1,2	-3,7	-3,3	-0,5	-0,7	0,9	-1,0
Agosto	-3,6	-6,1	-4,2	-2,3	1,8	-4,0	-2,9	-0,4	-0,2	1,1	-1,4
Septiembre	-3,5	-5,4	-3,5	-2,5	1,9	-4,4	-3,2	-0,4	-1,8	1,3	-1,6
Octubre	-3,9	-5,9	-3,3	-2,7	1,8	-5,3	-3,1	-0,3	0,1	1,4	-2,5
Noviembre	-4,2	-6,0	-4,1	-3,7	1,8	-5,4	-6,7	0,3	0,5	1,1	-3,8
Diciembre	-4,9	-6,3	-3,3	-3,6	1,9	-6,8	-5,2	0,4	0,0	0,6	-2,7
2001 Enero	-5,6	-9,1	-3,3	-3,9	2,6	-7,3	-3,9	0,1	-3,1	0,7	-3,4
Febrero	-6,9	-12,4	-3,9	-3,4	2,9	-7,3	-5,0	0,1	-2,1	1,0	-3,0

Cuadro 3. Continuación.

Período	Total	Indumentaria	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, Electrodomésticos	Juguetería	Librería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
Marzo	-5,7	-9,3	-3,1	-3,2	3,0	-7,5	-3,8	-0,7	0,0	1,1	-3,3
Abril	-3,4	-3,7	-2,0	-2,8	2,8	-8,3	-3,3	-0,2	-1,0	1,1	-3,6
Mayo	-2,7	-2,7	-1,3	-2,5	3,4	-7,7	-3,1	-1,3	2,9	1,1	-3,2
Junio	-2,8	-3,2	-1,5	-2,3	3,9	-8,1	-2,1	-1,3	5,4	1,1	-4,1
Julio	-3,2	-4,9	-0,2	-2,9	2,0	-8,3	-4,3	-1,0	4,4	0,8	-4,4
Agosto	-3,9	-6,7	-1,6	-2,8	1,6	-8,0	-2,4	-1,6	3,7	0,8	-4,3
Septiembre	-4,0	-6,2	0,3	-2,4	2,1	-8,3	-2,6	-3,0	3,9	1,0	-4,3
Octubre	-4,0	-5,4	0,0	-2,4	1,5	-8,7	-4,0	-3,1	1,4	1,0	-3,9
Noviembre	-3,7	-4,6	1,3	-1,9	1,8	-8,9	1,6	-3,4	-3,6	1,1	-3,5
Diciembre	-3,4	-4,5	1,1	-2,5	1,4	-7,7	0,9	-3,6	-3,4	1,5	-4,7
2002 Enero	0,3	-1,6	1,5	1,0	1,5	8,3	9,0	-1,9	-2,0	2,6	-1,4
Febrero	4,5	2,9	3,8	10,0	1,7	24,1	20,1	4,1	-4,3	12,1	1,6
Marzo	9,0	6,0	11,5	22,6	2,3	40,9	36,1	10,6	-6,5	19,5	4,6
Abril	24,3	23,5	25,7	45,3	6,1	77,1	54,6	17,5	0,3	49,3	11,2
Mayo	29,6	30,0	29,4	53,1	7,4	84,5	66,7	25,4	-3,2	59,4	12,4

**Cuadro 4.** Evolución de las ventas a precios corrientes, por rubro. Índice base 1997=100.

Período	Total	Indumentaria	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, Electrodomésticos	Juguetería	Librería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
<b>1.997</b>	<b>100,0</b>	<b>99,9</b>	<b>100,0</b>	<b>99,8</b>	<b>99,9</b>	<b>100,3</b>	<b>100,5</b>	<b>100,3</b>	<b>100,0</b>	<b>99,8</b>	<b>99,6</b>
<b>1.998</b>	<b>110,8</b>	<b>108,3</b>	<b>108,7</b>	<b>121,0</b>	<b>110,8</b>	<b>102,4</b>	<b>102,6</b>	<b>103,5</b>	<b>154,8</b>	<b>106,7</b>	<b>122,5</b>
<b>1.999</b>	<b>113,6</b>	<b>109,1</b>	<b>105,2</b>	<b>149,3</b>	<b>115,2</b>	<b>90,8</b>	<b>87,4</b>	<b>111,1</b>	<b>192,1</b>	<b>113,0</b>	<b>140,3</b>
<b>2.000</b>	<b>111,1</b>	<b>107,3</b>	<b>106,6</b>	<b>110,1</b>	<b>108,5</b>	<b>106,2</b>	<b>67,0</b>	<b>95,5</b>	<b>207,9</b>	<b>110,4</b>	<b>124,0</b>
<b>2.001</b>	<b>93,1</b>	<b>91,8</b>	<b>91,1</b>	<b>88,9</b>	<b>90,9</b>	<b>87,2</b>	<b>50,1</b>	<b>81,5</b>	<b>154,2</b>	<b>110,1</b>	<b>103,6</b>
1997 Enero	68,4	61,4	79,3	64,7	79,5	67,9	97,6	87,0	58,5	67,0	79,1
Febrero	63,0	55,9	73,0	72,4	78,0	62,7	45,4	76,8	62,5	61,3	71,8
Marzo	86,2	84,4	92,7	102,0	92,1	85,5	56,5	104,0	62,2	89,4	93,6
Abril	89,6	99,6	86,8	89,8	86,2	80,9	58,4	92,7	60,8	85,9	84,2
Mayo	97,7	105,8	94,7	95,0	91,8	97,6	68,4	96,2	77,1	98,6	83,9
Junio	108,5	118,1	110,9	95,3	96,4	111,4	78,5	101,8	101,7	106,1	87,3
Julio	116,2	110,6	115,3	107,0	129,0	112,1	101,2	101,1	206,7	111,4	95,0
Agosto	113,0	98,3	114,5	112,1	113,8	124,0	208,8	102,9	170,7	113,0	103,4
Setiembre	95,0	91,5	99,3	105,8	96,9	101,1	65,9	82,6	104,5	98,1	98,4
Octubre	107,2	107,6	102,3	110,3	99,3	118,3	73,2	91,2	93,7	113,8	126,8
Noviembre	101,2	104,4	87,9	110,6	101,6	96,0	75,0	87,6	94,4	104,0	115,7
Diciembre	154,1	162,4	143,3	134,9	135,5	142,4	271,1	176,1	107,2	151,3	161,0
1998 Enero	85,0	72,1	94,5	81,0	97,9	87,7	110,2	89,5	129,9	75,3	102,1
Febrero	81,1	67,5	89,6	93,3	98,8	83,3	52,7	81,3	142,9	70,9	95,5
Marzo	100,9	93,7	104,5	120,7	107,3	104,4	60,3	101,0	130,7	94,9	114,3
Abril	110,5	116,9	103,4	112,5	106,1	104,5	66,0	95,2	135,0	96,4	108,7
Mayo	123,8	127,0	115,4	121,7	115,6	129,0	78,9	101,1	175,2	113,2	110,8
Junio	114,7	119,2	118,5	110,7	99,3	121,8	73,1	98,1	142,0	116,8	102,4
Julio	122,2	118,4	109,8	117,6	132,2	104,1	104,1	104,9	246,3	122,0	113,8
Agosto	111,6	100,1	123,5	117,8	113,8	101,7	208,7	105,3	166,6	114,4	115,9
Setiembre	94,6	89,5	96,7	107,1	101,7	86,1	62,3	87,9	142,9	104,5	108,1
Octubre	114,5	119,0	110,1	145,9	110,9	90,4	68,3	97,6	147,2	120,3	134,5
Noviembre	105,7	105,3	93,0	141,8	111,5	86,2	70,8	93,9	131,2	95,2	137,8
Diciembre	165,0	172,1	145,7	184,8	135,2	126,7	269,0	182,7	168,3	159,7	232,1
1999 Enero	96,4	78,7	90,7	107,1	112,6	78,6	110,7	102,6	213,2	84,7	155,4
Febrero	84,9	69,4	78,9	122,4	104,1	70,4	54,5	88,5	184,7	76,0	118,6
Marzo	101,9	88,2	104,5	157,8	117,8	80,9	62,3	120,7	185,9	93,4	135,5
Abril	116,2	124,0	98,5	155,4	109,2	86,3	56,0	107,9	171,9	113,2	129,6
Mayo	118,0	121,0	116,4	160,7	114,5	92,4	70,3	107,3	167,7	113,3	131,1
Junio	120,8	125,6	115,8	144,4	116,3	94,1	67,0	113,1	190,8	119,9	130,7
Julio	133,7	124,8	113,6	153,5	153,6	93,5	91,9	114,1	354,2	121,4	134,0
Agosto	112,2	97,8	108,4	161,2	116,5	92,3	163,7	115,8	209,6	112,5	127,7
Setiembre	99,5	92,2	98,1	147,3	103,7	83,5	51,5	94,7	173,0	112,5	114,8
Octubre	116,3	116,0	114,3	163,5	107,1	101,0	56,6	106,9	144,0	136,1	150,3
Noviembre	101,1	101,2	84,0	151,3	95,9	82,5	56,4	89,9	125,5	106,5	144,0
Diciembre	162,0	171,7	139,4	170,3	132,3	130,5	202,7	168,3	185,2	170,2	219,6
2000 Enero	94,5	79,2	88,7	87,5	105,7	93,1	79,3	87,7	214,6	86,3	131,8
Febrero	89,5	71,7	74,6	105,2	104,2	91,6	41,0	78,6	217,0	82,9	128,4

Cuadro 4. Continuación

Período	Total	Indumentaria	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, Electrodomésticos	Juguetería	Librería	Diversión y esparcimiento	Perfumaría y farmacia	Otros
Marzo	100,7	88,9	103,3	122,1	104,4	104,0	48,8	104,0	176,7	97,7	128,1
Abril	116,1	118,2	105,8	112,0	110,8	111,7	51,2	96,8	202,4	109,0	117,7
Mayo	108,8	109,7	94,7	104,7	103,2	104,1	49,2	88,7	208,5	102,8	111,5
Junio	122,7	128,7	121,2	114,0	108,8	107,5	54,7	99,7	243,6	114,5	117,3
Julio	138,9	131,6	126,3	125,5	145,3	122,2	66,8	101,3	387,6	122,7	121,2
Agosto	106,9	93,4	109,1	109,2	109,7	110,1	115,1	94,0	216,3	110,6	111,2
Setiembre	100,3	94,1	102,9	106,3	103,0	92,7	43,3	83,3	203,6	112,2	110,5
Octubre	107,7	109,6	111,0	104,7	101,9	104,0	45,1	89,7	146,8	127,8	119,0
Noviembre	94,2	96,1	92,1	99,5	91,4	86,4	44,2	72,8	132,0	98,9	109,0
Diciembre	153,6	168,0	150,0	133,4	115,0	143,2	161,5	146,4	145,6	162,6	189,3
2001 Enero	91,7	73,9	79,8	84,1	98,8	109,0	63,9	79,9	205,0	86,2	124,5
Febrero	78,8	65,0	70,1	93,2	89,3	83,8	33,9	68,2	162,9	78,8	110,6
Marzo	101,2	91,8	108,3	114,6	101,4	107,9	52,3	98,0	171,9	102,3	112,2
Abril	102,1	105,1	97,7	96,2	97,7	100,9	42,4	87,1	148,2	106,3	102,9
Mayo	96,7	105,5	90,3	84,8	88,8	92,8	35,6	73,2	123,9	106,4	89,4
Junio	104,5	109,7	108,7	102,6	93,6	106,6	35,6	87,2	137,4	122,8	89,5
Julio	108,8	105,0	99,6	98,5	118,0	94,5	43,1	80,0	249,6	125,4	103,9
Agosto	90,6	81,4	94,2	85,7	96,4	78,3	85,1	75,5	196,6	114,5	103,1
Setiembre	79,3	78,9	80,7	85,9	78,8	61,7	32,6	67,1	134,7	114,9	96,0
Octubre	87,9	92,0	85,7	64,3	83,2	77,3	35,4	78,8	119,2	133,8	107,5
Noviembre	74,2	80,2	70,6	70,5	68,3	56,4	38,2	65,2	93,8	101,9	93,6
Diciembre	101,4	114,8	107,5	88,8	77,4	73,8	99,9	115,6	107,6	131,6	116,0
2002 Enero	54,6	53,6	52,2	45,4	64,1	35,3	36,7	67,7	100,2	75,3	64,0
Febrero	57,2	54,5	56,8	65,1	67,1	35,4	19,8	67,4	122,2	75,7	67,4
Marzo	86,1	89,7	87,2	83,6	88,3	53,5	29,7	100,1	144,2	108,2	118,9
Abril	80,0	99,0	76,0	70,8	73,0	35,7	28,0	84,8	103,0	103,1	80,2
Mayo	87,8	108,7	91,7	77,1	74,7	41,8	32,7	93,3	123,3	110,5	78,9

**Cuadro 5.** Variaciones interanuales de las ventas a precios corrientes, por rubro.

Período	Total	Indumentaria	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	en %	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, Electrodomésticos	Juguetería	Librería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
1.998	10,8	8,4	8,7	21,2	10,9	2,2	2,0	3,2	54,8	7,0	23,0	
1.999	2,5	0,7	-3,2	23,4	4,0	-11,4	-14,7	7,4	24,1	5,9	14,6	
2.000	-2,1	-1,6	1,4	-26,2	-5,8	17,0	-23,3	-14,0	8,2	-2,3	-11,6	
2.001	-16,2	-14,4	-14,6	-19,2	-16,2	-17,9	-25,2	-14,6	-25,8	-0,2	-16,4	
1998 Enero	24,4	17,4	19,2	25,2	23,2	29,2	12,9	2,8	122,1	12,3	29,2	
Febrero	28,8	20,8	22,6	28,9	26,7	32,9	16,2	5,7	128,6	15,6	32,9	
Marzo	17,1	11,0	12,7	18,4	16,4	22,1	6,7	-2,8	110,0	6,2	22,1	
Abril	23,3	17,4	19,1	25,2	23,1	29,1	12,8	2,7	122,1	12,3	29,1	
Mayo	26,7	20,0	21,9	28,1	25,9	32,1	15,4	5,1	127,2	14,8	32,1	
Junio	5,7	1,0	6,8	16,2	3,0	9,3	-6,9	-3,6	39,6	10,0	17,4	
Julio	5,1	7,1	-4,8	10,0	2,5	-7,2	2,9	3,8	19,2	9,5	19,9	
Agosto	-1,2	1,8	7,8	5,0	0,0	-17,9	-0,1	2,3	-2,4	1,2	12,1	
Setiembre	-0,3	-2,1	-2,6	1,2	5,0	-14,9	-5,6	6,4	36,7	6,5	10,0	
Octubre	6,8	10,6	7,6	32,3	11,7	-23,6	-6,7	7,1	57,0	5,7	6,1	
Noviembre	4,4	0,8	5,8	28,1	9,8	-10,3	-5,7	7,3	39,0	-8,5	19,1	
Diciembre	7,1	6,0	1,7	37,0	-0,2	-11,0	-0,8	3,7	57,0	5,6	44,2	
1999 Enero	13,4	9,2	-4,0	32,1	15,0	-10,4	0,5	14,7	64,1	12,6	52,1	
Febrero	4,6	2,7	-11,9	31,2	5,3	-15,5	3,4	8,9	29,3	7,2	24,2	
Marzo	1,0	-5,9	0,1	30,7	9,8	-22,5	3,4	19,4	42,2	-1,6	18,5	
Abril	5,2	6,1	-4,7	38,1	3,0	-17,4	-15,1	13,3	27,3	17,4	19,3	
Mayo	-4,7	-4,8	0,9	32,0	-0,9	-28,4	-10,9	6,1	-4,3	-0,1	18,3	
Junio	5,4	5,4	-2,2	30,5	17,1	-22,7	-8,4	15,3	34,4	2,7	27,6	
Julio	9,4	5,4	3,5	30,5	16,1	-10,1	-11,7	8,7	43,8	-0,5	17,7	
Agosto	0,6	-2,3	-12,2	36,9	2,4	-9,3	-21,6	10,0	25,8	-1,7	10,3	
Setiembre	5,1	3,0	1,4	37,6	1,9	-2,9	-17,3	7,8	21,1	7,6	6,1	
Octubre	1,6	-2,5	3,8	12,1	-3,5	11,7	-17,1	9,5	-2,2	13,1	11,7	
Noviembre	-4,3	-3,9	-9,7	6,7	-14,0	-4,3	-20,3	-4,3	-4,4	11,9	4,5	
Diciembre	-1,8	-0,2	-4,4	-7,9	-2,2	3,0	-24,6	-7,8	10,1	6,5	-5,4	
2000 Enero	-2,0	0,6	-2,2	-18,3	-6,1	18,6	-28,4	-14,5	0,7	1,8	-15,2	
Febrero	5,5	3,3	-5,4	-14,0	0,1	30,2	-24,8	-11,1	17,4	9,0	8,3	
Marzo	-1,2	0,8	-1,2	-22,6	-11,4	28,6	-21,7	-13,8	-4,9	4,6	-5,4	
Abril	-0,1	-4,6	7,3	-34,9	1,5	29,4	-8,7	-10,3	17,7	-3,8	-9,2	
Mayo	-7,8	-9,3	-18,6	-34,9	-9,9	12,7	-30,1	-17,3	24,3	-9,3	-15,0	
Junio	1,5	2,5	4,6	-21,1	-6,4	14,2	-18,3	-11,9	27,7	-4,5	-10,2	
Julio	3,9	5,4	11,1	-18,2	-5,4	30,7	-27,4	-11,2	9,4	1,1	-9,5	
Agosto	-4,7	-4,6	0,6	-32,3	-5,8	19,3	-29,7	-18,8	3,2	-1,7	-12,9	
Setiembre	0,9	2,0	4,9	-27,9	-0,6	11,0	-15,9	-12,1	17,7	-0,2	-3,8	
Octubre	-7,4	-5,5	-2,8	-36,0	-4,8	3,0	-20,3	-16,1	1,9	-6,1	-20,8	
Noviembre	-6,8	-5,0	9,7	-34,2	-4,7	4,8	-21,6	-19,1	5,2	-7,2	-24,3	
Diciembre	-5,2	-2,2	7,6	-21,7	-13,0	9,7	-20,3	-13,0	-21,4	-4,5	-13,8	
2001 Enero	-3,0	-6,7	-10,0	-3,9	-6,5	17,0	-19,5	-9,0	-4,5	-0,1	-5,5	
Febrero	-12,0	-9,4	-6,1	-11,4	-14,4	-8,5	-17,2	-13,3	-24,9	-4,8	-13,8	

Cuadro 5. Continuación

Período	Total	Indumentaria	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, Electrodomésticos	Juguetería	Librería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
Marzo	0,5	3,3	4,8	-6,1	-2,8 en %	3,8	7,2	-5,8	-2,7	4,7	-12,4
Abril	-12,1	-11,2	-7,6	-14,1	-11,8	-9,6	-17,2	-10,0	-26,8	-2,4	-12,6
Mayo	-11,1	-3,8	-4,7	-19,0	-14,0	-10,9	-27,6	-17,5	-40,6	3,5	-19,8
Junio	-14,8	-14,8	-10,3	-10,0	-14,0	-0,8	-34,9	-12,6	-43,6	7,2	-23,7
Julio	-21,7	-20,2	-21,1	-21,6	-18,7	-22,7	-35,4	-21,0	-35,6	2,2	-14,3
Agosto	-15,2	-12,9	-13,6	-21,5	-12,1	-28,9	-26,0	-19,6	-9,1	3,5	-7,3
Setiembre	-21,0	-16,1	-21,6	-19,1	-23,5	-33,5	-24,7	-19,4	-33,9	2,4	-13,1
Octubre	-18,4	-16,1	-22,8	-38,6	-18,3	-25,7	-21,4	-12,2	-18,8	4,7	-9,6
Noviembre	-21,2	-16,6	-23,4	-29,2	-25,2	-34,7	-13,5	-10,4	-29,0	3,1	-14,1
Diciembre	-34,0	-31,7	-28,3	-33,4	-32,7	-48,5	-38,2	-21,0	-26,1	-19,0	-38,7
2002 Enero	-40,3	-27,4	-34,6	-46,0	-35,2	-67,6	-42,5	-15,2	-51,1	-12,6	-45,8
Febrero	-27,1	-16,1	-18,9	-30,2	-24,8	-57,8	-41,7	-1,2	-25,0	-4,0	-34,5
Marzo	-14,9	-2,3	-19,5	-27,0	-12,9	-50,4	-43,3	2,1	-16,1	5,8	6,0
Abril	-21,7	-5,8	-22,2	-26,4	-25,3	-64,7	-33,8	-2,6	-30,5	-3,0	-22,1
Mayo	-9,2	3,0	1,6	-9,1	-15,9	-54,9	-8,1	27,4	-0,5	3,9	-11,7

**Cuadro 6.** Evolución de las ventas a precios promedio de 1997, por rubro. Índice base 1997=100

Periodo	Total	Indumentaria	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, Electrodomésticos	Juguetería	Librería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
<b>1.997</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>1.998</b>	113,7	112,6	110,2	122,8	111,2	106,5	104,2	103,8	154,8	106,5	126,0
<b>1.999</b>	121,2	120,0	108,3	155,3	117,0	100,7	90,7	112,0	197,7	112,0	146,5
<b>2.000</b>	123,4	125,5	114,2	117,5	109,7	123,0	72,2	96,5	214,5	108,3	131,7
<b>2.001</b>	107,6	113,8	98,6	97,5	89,8	109,3	55,2	83,8	157,5	107,0	114,3
1997 Enero	67,8	60,6	78,5	64,2	79,3	67,1	95,3	87,0	59,6	67,2	78,5
Febrero	62,8	55,9	72,4	71,9	77,9	62,1	44,6	76,8	63,5	61,4	71,3
Marzo	85,5	83,5	91,9	101,4	92,1	84,8	55,7	104,4	63,2	89,5	92,9
Abril	88,6	97,6	86,3	89,4	86,1	80,4	57,8	92,8	61,8	85,9	83,5
Mayo	96,7	103,8	94,2	94,7	91,8	97,1	67,9	96,3	78,7	98,6	83,2
Junio	107,7	116,3	110,3	95,1	96,4	111,2	78,1	101,8	103,8	106,2	86,8
Julio	116,1	110,6	115,0	107,0	129,0	112,2	100,8	101,0	204,6	111,4	94,5
Agosto	114,0	100,7	114,9	112,2	113,8	124,1	210,1	102,8	168,2	113,0	103,4
Setiembre	95,5	92,5	99,9	106,1	96,8	101,4	66,2	82,6	103,0	98,0	98,5
Octubre	107,8	108,6	103,1	110,9	99,4	118,9	73,6	91,2	93,2	113,7	127,5
Noviembre	101,9	105,4	88,7	111,2	101,7	96,8	75,5	87,5	93,9	103,9	116,9
Diciembre	155,6	164,6	144,8	135,8	135,8	144,0	274,4	175,9	106,6	151,1	162,9
1998 Enero	86,4	74,2	95,9	81,7	98,0	88,8	112,2	89,3	129,2	75,1	103,3
Febrero	82,8	70,2	91,5	94,1	99,0	84,8	53,7	81,6	143,3	70,7	96,9
Marzo	102,3	95,3	106,2	121,8	107,7	106,6	61,3	101,9	130,5	94,6	116,5
Abril	111,8	118,4	104,5	113,4	106,5	107,2	67,2	96,1	134,4	96,1	110,5
Mayo	125,5	128,7	116,6	122,8	116,1	132,8	80,5	102,0	174,4	112,9	112,9
Junio	116,5	121,4	119,6	111,9	99,7	125,8	74,2	98,9	141,3	116,3	104,7
Julio	125,0	122,6	110,6	119,0	132,7	108,2	105,9	105,6	246,3	121,5	116,6
Agosto	115,5	106,2	124,7	119,3	114,1	106,4	213,2	106,0	166,5	113,9	119,3
Setiembre	97,8	94,2	97,9	108,8	102,1	90,6	63,5	88,3	142,9	104,0	111,1
Octubre	118,8	125,5	112,0	148,1	111,2	96,4	69,8	98,1	147,2	119,5	138,5
Noviembre	109,8	111,2	94,5	144,0	112,0	92,7	72,3	94,3	131,7	94,5	141,9
Diciembre	172,3	182,7	148,7	188,1	135,8	137,0	277,0	183,4	169,7	158,7	239,6
1999 Enero	101,1	85,4	92,0	109,5	113,4	85,6	113,8	103,1	215,1	84,1	160,5
Febrero	89,9	76,6	80,4	125,8	105,1	77,0	56,0	89,1	190,0	75,3	122,4
Marzo	107,5	95,5	106,9	162,6	119,3	88,7	64,2	121,9	191,2	92,5	140,5
Abril	122,2	132,1	100,7	160,4	110,6	95,5	57,9	109,0	176,1	112,0	134,5
Mayo	124,4	129,2	119,0	166,2	116,3	102,5	72,6	108,3	173,2	112,0	136,3
Junio	127,6	134,7	118,4	149,9	117,9	104,6	69,3	114,3	196,2	118,4	136,1
Julio	142,3	137,1	115,9	159,5	155,8	104,4	95,8	115,2	366,6	119,9	139,7
Agosto	120,9	110,3	111,3	168,1	118,4	103,1	172,0	117,1	216,1	111,0	133,1
Setiembre	107,3	103,6	101,4	153,8	105,6	93,4	54,1	95,8	178,4	111,1	119,7
Octubre	125,6	129,5	118,5	171,3	109,1	113,2	59,4	108,2	148,5	134,6	156,9
Noviembre	109,2	113,2	88,0	158,1	97,7	92,7	59,3	91,1	129,4	105,2	149,3
Diciembre	175,8	192,5	147,0	178,3	134,4	147,0	213,5	170,4	191,0	167,7	228,9
2000 Enero	102,8	90,8	94,0	91,7	107,5	105,3	84,1	88,9	218,7	84,8	137,8
Febrero	98,0	83,6	79,0	110,6	106,4	104,0	43,5	79,7	221,1	81,4	134,6



Cuadro 6. Continuación

Período	Total	Indumentaria	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, Electrodomésticos	Juguetería	Librería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
Marzo	110,0	101,8	109,2	128,7	106,5	118,4	51,8	105,5	180,1	95,9	134,2
Abril	127,1	134,5	112,1	118,3	113,1	127,6	54,5	98,2	205,0	106,9	123,4
Mayo	119,4	124,8	100,6	110,8	105,5	119,6	52,6	90,0	216,7	100,8	116,9
Junio	135,3	147,3	129,2	121,1	111,3	123,9	58,9	101,1	254,6	112,2	123,1
Julio	153,9	154,4	135,5	133,6	145,5	141,7	71,9	102,7	404,1	120,0	127,6
Agosto	119,5	112,1	116,9	116,5	109,5	128,2	124,5	95,4	223,4	108,0	117,6
Septiembre	112,1	111,8	110,2	113,8	103,0	108,5	47,0	84,6	213,9	109,5	117,1
Octubre	121,1	130,0	119,1	112,6	102,0	123,1	48,8	91,1	151,2	124,6	127,4
Noviembre	106,3	114,4	100,6	107,9	91,5	102,6	49,8	73,5	135,4	96,6	117,4
Diciembre	175,2	200,9	163,5	144,9	114,7	173,2	179,5	147,6	150,1	159,2	202,8
2001 Enero	105,6	93,1	87,5	91,8	98,0	132,9	70,4	80,8	215,5	84,1	134,8
Febrero	92,6	86,5	77,2	101,5	88,6	102,6	37,9	69,0	169,6	76,7	119,6
Marzo	117,2	116,0	118,1	124,8	100,5	132,8	57,8	100,1	175,2	99,3	121,6
Abril	115,7	124,0	105,7	104,6	96,9	125,9	46,7	88,5	151,5	103,2	111,9
Mayo	109,2	123,4	97,2	92,0	87,8	115,4	39,3	75,3	125,2	103,2	96,9
Junio	118,6	129,7	117,6	111,6	92,2	133,7	39,2	89,6	136,2	119,1	97,9
Julio	124,6	129,5	107,2	108,0	115,9	119,5	48,6	82,0	249,3	121,7	114,4
Agosto	105,4	104,7	102,6	94,1	94,7	99,1	94,4	77,9	195,8	111,0	113,8
Septiembre	92,3	100,1	86,2	94,2	77,2	78,8	36,4	70,3	136,2	111,0	106,5
Octubre	102,9	115,2	91,9	70,8	82,1	100,1	40,0	82,5	121,1	129,1	119,9
Noviembre	87,0	100,0	76,1	77,9	67,2	73,5	42,4	68,1	99,8	98,6	104,5
Diciembre	119,7	143,8	116,0	99,0	76,1	96,6	110,1	120,9	114,8	127,0	130,4
2002 Enero	62,8	68,7	56,4	49,1	62,6	39,7	37,1	69,9	107,6	71,6	70,2
Febrero	64,6	70,4	60,3	64,4	65,6	34,9	18,4	65,5	133,0	65,7	71,7
Marzo	91,6	106,9	85,2	74,3	85,6	46,7	24,1	92,5	157,2	87,9	123,2
Abril	72,9	94,6	65,4	52,9	68,3	25,1	20,0	73,3	105,1	67,0	78,4
Mayo	76,4	97,8	76,3	54,6	68,7	28,2	21,7	76,5	128,6	67,3	76,1

**Cuadro 7.** Variaciones interanuales de las ventas a precios promedio de 1997, por rubro.

Periodo	Total	Indumentaria	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, Electrodomésticos	Juguetería	Librería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
<b>1.998</b>	13,7	12,6	10,2	22,8	11,2 en%	6,5	4,2	3,8	54,8	6,5	26,0
<b>1.999</b>	6,6	6,6	-1,7	26,5	5,2	-5,4	-13,0	7,9	27,7	5,2	16,3
<b>2.000</b>	1,8	4,6	5,4	-24,3	-6,2	22,2	-20,3	-13,8	8,5	-3,3	-10,1
<b>2.001</b>	-12,8	-9,3	-13,6	-17,0	-18,2	-11,2	-23,5	-13,2	-26,6	-1,2	-13,2
1998 Enero	27,4	22,6	22,1	27,3	23,6	32,4	17,7	2,7	116,6	11,8	31,5
Febrero	31,8	25,6	26,4	30,9	27,2	36,7	20,3	6,2	125,6	15,0	35,8
Marzo	19,5	14,2	15,5	20,0	16,9	25,7	10,1	-2,4	106,3	5,7	25,4
Abril	26,2	21,3	21,2	26,8	23,7	33,3	16,3	3,6	117,6	11,9	32,4
Mayo	29,7	24,1	23,9	29,6	26,5	36,7	18,5	5,9	121,7	14,5	35,6
Junio	8,2	4,4	8,4	17,6	3,4	13,2	-4,9	-2,9	36,2	9,5	20,6
Julio	7,7	10,8	-3,8	11,3	2,8	-3,5	5,0	4,6	20,4	9,0	23,4
Agosto	1,3	5,5	8,6	6,4	0,2	-14,2	1,5	3,1	-1,0	0,8	15,4
Septiembre	2,4	1,8	-2,1	2,5	5,5	-10,6	-4,0	6,9	38,7	6,1	12,8
Octubre	10,2	15,6	8,6	33,5	11,8	-18,9	-5,2	7,7	57,9	5,1	8,6
Noviembre	7,8	5,6	6,5	29,5	10,2	-4,3	-4,2	7,8	40,3	-9,1	21,4
Diciembre	10,7	11,0	2,6	38,6	0,1	-4,9	0,9	4,3	59,2	5,0	47,1
1999 Enero	17,1	15,0	-4,0	34,1	15,7	-3,6	1,4	15,4	66,5	11,9	55,4
Febrero	8,6	9,1	-12,2	33,7	6,2	-9,3	4,4	9,3	32,6	6,6	26,4
Marzo	5,1	0,2	0,7	33,5	10,8	-16,8	4,6	19,6	46,5	-2,2	20,7
Abril	9,3	11,6	-3,6	41,4	3,9	-10,9	-13,8	13,4	31,1	16,5	21,7
Mayo	-0,9	0,4	2,0	35,3	0,1	-22,8	-9,8	6,2	-0,7	-0,8	20,8
Junio	9,5	11,0	-1,0	34,0	18,2	-16,8	-6,7	15,6	38,8	1,8	30,0
Julio	13,8	11,8	4,8	33,9	17,4	-3,5	-9,5	9,1	48,9	-1,3	19,8
Agosto	4,7	3,8	-10,7	40,9	3,8	-3,1	-19,3	10,4	29,8	-2,5	11,6
Septiembre	9,8	10,0	3,6	41,4	3,5	3,1	-14,8	8,6	24,9	6,9	7,8
Octubre	5,7	3,2	5,9	15,7	-1,9	17,4	-14,9	10,3	0,9	12,6	13,3
Noviembre	-0,5	1,8	-6,9	9,8	-12,8	0,0	-18,0	-3,4	-1,8	11,3	5,2
Diciembre	2,1	5,4	-1,1	-5,2	-1,0	7,3	-22,9	-7,1	12,5	5,7	-4,5
2000 Enero	1,6	6,3	2,1	-16,2	-5,2	23,1	-26,1	-13,7	1,7	0,8	-14,1
Febrero	9,0	9,1	-1,7	-12,1	1,2	35,1	-22,4	-10,6	16,3	8,1	9,9
Marzo	2,4	6,6	2,2	-20,8	-10,7	33,4	-19,3	-13,4	-5,8	3,7	-4,5
Abril	4,0	1,8	11,3	-26,3	2,2	33,7	-5,9	-9,9	16,4	-4,6	-8,2
Mayo	-4,0	-3,4	-15,5	-33,3	-9,3	16,7	-27,6	-16,9	25,1	-10,0	-14,2
Junio	6,0	9,3	9,1	-19,2	-5,6	18,4	-14,9	-11,6	29,7	-5,2	-9,6
Julio	8,1	12,6	17,0	-16,2	-6,6	35,7	-24,9	-10,8	10,2	0,2	-8,7
Agosto	-1,1	1,7	5,0	-30,7	-7,5	24,3	-27,6	-18,5	3,4	-2,7	-11,7
Septiembre	4,5	7,9	8,7	-26,0	-2,4	16,1	-17,1	-11,8	19,9	-1,5	-2,2
Octubre	-3,6	0,4	0,5	-34,2	-6,5	8,8	-13,8	-15,8	1,9	-7,4	-18,8
Noviembre	-2,7	1,0	14,4	-31,7	-6,4	10,7	-16,0	-19,3	4,7	-8,1	-21,3
Diciembre	-0,3	4,4	11,3	-18,8	-14,7	17,8	-16,0	-13,4	-21,4	-5,1	-11,4
2001 Enero	2,7	2,6	-6,9	0,0	-8,9	26,2	-16,2	-9,1	-1,5	-0,8	-2,2
Febrero	-5,4	3,5	-2,4	-8,3	-16,7	-1,3	-12,9	-13,3	-23,3	-5,8	-11,2

Cuadro 7. Continuación

Período	Total	Indumentaria	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, Electrodomésticos	Juguetería	Librería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
Marzo	6,5	13,9	8,2	-3,0	-5,6	12,1	11,5	-5,2	-2,7	3,5	-9,4
Abril	-9,0	-7,8	-5,7	-11,6	-14,3	-1,4	-14,3	-9,9	-26,1	-3,5	-9,3
Mayo	-8,6	-1,1	-3,4	-16,9	-16,8	-3,5	-25,3	-16,4	-42,3	2,4	-17,2
Junio	-12,4	-11,9	-9,0	-7,9	-17,2	7,9	-33,5	-11,4	-46,5	6,1	-20,5
Julio	-19,0	-16,1	-20,9	-19,2	-20,4	-15,7	-32,5	-20,2	-38,3	1,4	-10,4
Agosto	-11,8	-6,6	-12,2	-19,2	-13,5	-22,7	-24,2	-18,3	-12,4	2,8	-3,2
Septiembre	-17,7	-10,5	-21,8	-17,2	-25,0	-27,4	-22,6	-16,9	-36,4	1,4	-9,1
Octubre	-15,0	-11,3	-22,8	-37,1	-19,5	-18,7	-18,1	-9,4	-19,9	3,6	-5,9
Noviembre	-18,2	-12,6	-24,4	-27,8	-26,5	-28,3	-14,9	-7,3	-26,3	2,0	-11,0
Diciembre	-31,7	-28,5	-29,1	-31,7	-33,6	-44,2	-38,7	-18,1	-23,5	-20,2	-35,7
2002 Enero	-40,5	-26,2	-35,6	-46,5	-36,1	-70,1	-47,3	-13,6	-50,1	-14,8	-47,9
Febrero	-30,2	-18,5	-21,9	-36,5	-26,0	-66,0	-51,4	-5,1	-21,6	-14,3	-40,0
Marzo	-21,9	-7,8	-27,8	-40,5	-14,9	-64,8	-58,4	-7,6	-10,3	-11,4	1,0
Abril	-37,0	-23,7	-38,2	-49,4	-29,5	-80,1	-57,2	-17,2	-30,6	-35,0	-30,0
Mayo	-30,0	-20,8	-21,5	-40,7	-21,7	-75,6	-44,9	1,7	2,8	-34,8	-21,5