



## Encuesta de CENTROS DE COMPRAS (Shopping Centers)

### SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS

#### Advertencia metodológica

A partir de este mes, la información sobre ventas se presenta a precios constantes y desestacionalizadas (ver síntesis metodológica pág. 24)

#### Agosto 2002 : Resultados anticipados

El anticipo de resultados del mes de agosto de 2002 indica que en ese mes las ventas desestacionalizadas a precios constantes verificaron un aumento de 2,8% respecto a julio de 2002. Además, la tendencia se incrementó 0,6% en relación al mes anterior. Por otro lado, la evolución interanual de las ventas desestacionalizadas a precios constantes de agosto de 2002 con relación a igual mes del año anterior registró una variación negativa del 20,9%.

Las ventas totales a precios corrientes alcanzaron a \$142,8 millones. Esto significa una disminución de 5,4% con respecto a julio de 2002, al tiempo que se incrementó 16,9% con respecto a agosto de 2001 (ver pág 3).

Con esta estimación, para el mes de agosto de 2002, las ventas a precios corrientes de los primeros ocho meses se redujeron 10,8% respecto a igual período del año 2001 (ver pág 3).

#### Julio de 2002: Datos completos

En el mes de julio de 2002 las ventas totales de los 29 Centros de compras relevados alcanzaron a \$150,9 millones, lo que representa un aumento de 4,9% con respecto a junio de 2002.

Por otra parte, las ventas de julio de 2002 aumentaron 2,9% 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 2.071 en julio de 2001 a 1.964 en julio de 2002, lo cual implica una baja de 5,2%. En términos de área bruta locativa hubo un aumento, pasando de 389.716m<sup>2</sup> en julio de 2001 a 394.464m<sup>2</sup> en julio de 2002, con una suba de 1,2% (ver pág. 14).

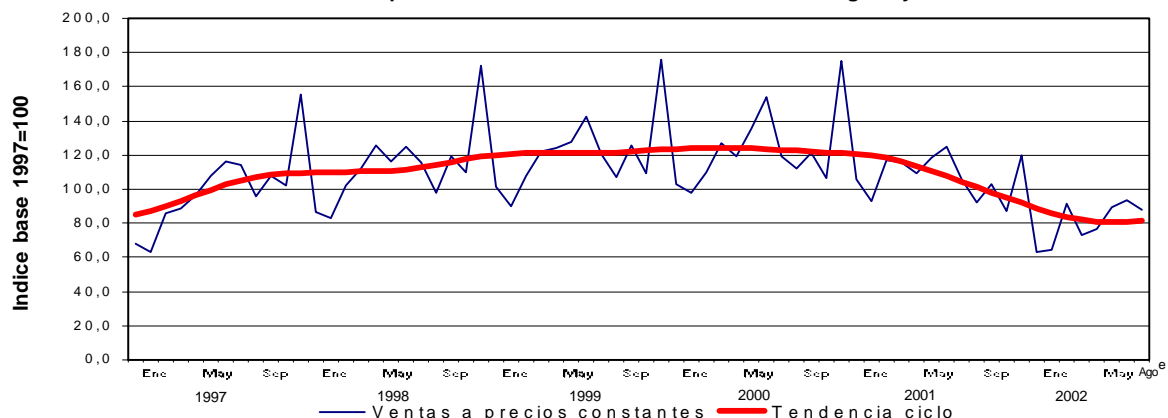
Las ventas promedio por local activo alcanzaron en julio de 2002 a \$76,8 miles, en tanto que las ventas por m<sup>2</sup> llegaron a \$383 (ver pág. 10).

Si se analiza la composición por rubros de las ventas en julio de 2002, se observa que los más importantes son Indumentaria, Calzado y Marroquinería (49,5%); Patio de Comidas, Alimentos y Kioscos (13,9%), Diversión y Esparcimiento (9,8%) y Electrónicos, CD y Electrodomésticos (6,3%). Como contrapartida, cada uno de los restantes rubros no superan el 6% de participación (ver pág 9). En julio de 2002 la concurrencia a las 159 salas cinematográficas fue de 1.844.337 espectadores (ver pág.17).

#### Ventas a precios promedio de 1997. Series desestacionalizada y tendencia ciclo Variaciones porcentuales

Período	Variación porcentual			
	respecto al período anterior		respecto a igual período del año anterior	
	Desestacionalizada	Tendencia Ciclo	Desestacionalizada	
2000	Ene	-0,5	0,4	1,8
	Feb	2,4	0,3	6,8
	Mar	-5,0	0,2	1,9
	Abr	4,3	0,1	2,9
	May	-0,6	-0,1	2,3
	Jun	1,7	-0,2	4,2
	Jul	1,0	-0,3	7,4
	Ago	-6,2	-0,5	0,8
	Set	2,2	-0,5	1,3
	Oct	-2,7	-0,3	-1,4
	Nov	-1,3	-0,3	-2,2
	Dic	1,8	-0,2	-3,3
2001	Ene	10,9	-0,4	7,7
	Feb	-9,7	-0,7	-5,0
	Mar	0,4	-1,2	0,5
	Abr	-4,5	-1,7	-8,0
	May	-2,2	-2,3	-9,6
	Jun	-5,7	-2,6	-16,1
	Jul	-2,1	-2,9	-18,7
	Ago	-2,2	-3,0	-15,2
	Set	-4,0	-3,0	-20,4
	Oct	2,8	-3,1	-15,9
	Nov	-7,0	-3,2	-20,9
	Dic	-14,0	-3,4	-33,1
2002	Ene	-3,1	-3,5	-41,5
	Feb	5,5	-3,2	-31,7
	Mar	12,1	-2,6	-23,8
	Abr	-20,7	-1,9	-36,6
	May	-5,9	-1,1	-31,4
	Jun	1,9	-0,4	-25,9
	Jul	-0,6	0,2	-24,8
	Ago <sup>e</sup>	2,8	0,6	-20,9

**Evolución de las ventas a precios constantes. Base 1997=100. Series original y tendencia ciclo**



# Contenido

ENCUESTA DE CENTROS DE COMPRAS	Página
SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS	1
ANTICIPO DE LOS RESULTADOS – AGOSTO DE 2002	3
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS – JULIO DE 2002	4
SÍNTESIS METODOLOGICA	24
AJUSTE ESTACIONAL Y ESTIMACION DE TENDENCIA CICLO PARA EL INDICE DE VENTAS A PRECIOS CONSTANTES	25
 <b>CUADROS Y GRÁFICOS</b>	
Cuadro 1. Evolución de las ventas a precios corrientes según jurisdicción	8
Cuadro 2. Ventas a precios corrientes. Variaciones respecto a períodos anteriores según jurisdicción	8
Cuadro 3. Ventas a precios corrientes, por rubro, según jurisdicción	9
Cuadro 4. Composición porcentual de las ventas a precios corrientes, por rubro según jurisdicción	9
Cuadro 5. Ventas promedio por local activo a precios corrientes, por rubro, según jurisdicción	10
Cuadro 6. Ventas promedio por m <sup>2</sup> a precios corrientes, 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
Cuadro 15. Índice de ventas a precios constantes, por rubro. Base 1997=100.	18
Cuadro 16. Variaciones interanuales de las ventas a precios constantes, por rubro.	19
Cuadro 17. Evolución de los índices de precios adaptados a la Encuesta de Centros de Compras, por rubro. Índice base 1997=100.	20
Cuadro 18. Variaciones interanuales de los índices de precios adaptados a la Encuesta de Centros de Compras, por rubro.	21
Cuadro 19. Ventas de Centros de Compras. Series a precios corrientes, a precios constantes, desestacionalizada a precios constantes y tendencia y sus variaciones. Índices base 1997=100.	22
Gráfico 1. Evolución de las ventas a precios corrientes	11
Gráfico 2. Evolución de las ventas promedio por local activo a precios corrientes	11
Gráfico 3. Evolución de las ventas por metro cuadrado a precios corrientes	11
Gráfico 4. Composición porcentual de las ventas a precios corrientes, por rubro	12
Gráfico 5. Composición del área bruta locativa por rubro	12

**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 julio de 2002, correspondientes a la actividad de 29 Centros de Compras. Además, se brindan resultados anticipados del mes de agosto 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 julio 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.

## 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 AGOSTO DE 2002

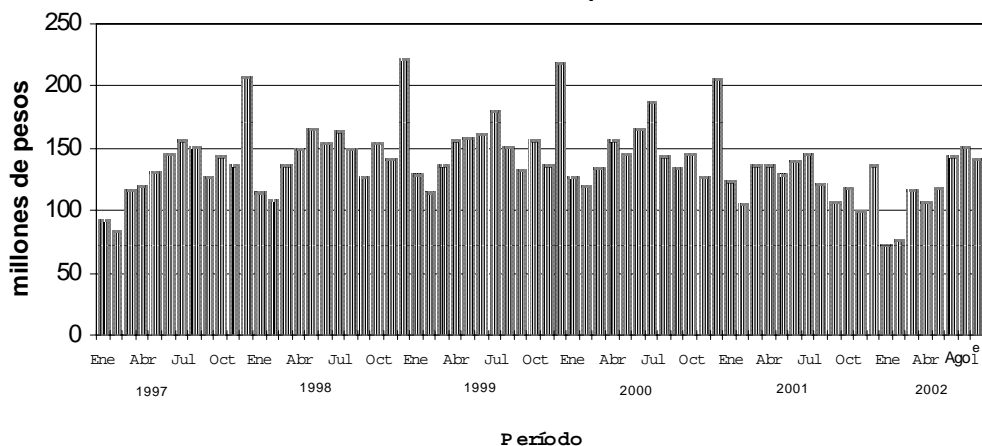
El anticipo de las ventas efectuadas por los 29 Centros de compras durante el mes de agosto de 2002 indica que estas alcanzaron a \$ 142,8 millones. De esta manera, las ventas totales registran una disminución de 5,4% con respecto a julio de 2002 y un incremento de 16,9% con respecto a agosto de 2001.

Según estos resultados las ventas totales de los primeros ocho meses de 2002 se redujeron 10,8% con respecto a las ventas de los primeros ocho meses 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	143,9	21,6	2,2	-17,8
	Jul	150,9	4,9	2,9	-14,5
	Ago <sup>e</sup>	142,8	-5,4	16,9	-10,8

### Evolución mensual de las ventas a precios corrientes



## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS - JULIO DE 2002

En el mes de julio 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 \$150,9 millones. Esto representa un aumento de 4,9% con respecto a junio de 2002 y una suba de 2,9 % con respecto a julio de 2001.

Las ventas promedio por local fueron en julio de 2002 de \$76,8 miles, en tanto que las ventas por m<sup>2</sup> llegaron a \$383.

Si se analiza la composición por rubro de las ventas en julio de 2002, se observa que los rubros más importantes son Indumentaria, Calzado y Marroquinería (49,5%); Patio de Comidas, Alimentos y Kioscos (13,9%), Diversión y Esparcimiento (9,8) y Electrónicos, CD, Electrodomésticos y Computación (6,3%). 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 al año 1997.

### Evolución mensual de las ventas a precios corrientes por rubro Índice base 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> Julio	138,9	131,6	126,3	125,5	145,3	122,2
Agosto	106,9	93,4	109,1	109,2	109,7	110,1
Septiembre	100,3	94,1	102,9	106,3	103,0	92,7
Octubre	107,7	109,6	111,0	104,7	101,9	104,0
Noviembre	94,2	96,1	92,1	99,5	91,4	86,4
Diciembre	153,6	168,0	150,0	133,4	115,0	143,2
<b>2001</b> Enero	91,7	73,9	79,8	84,1	98,8	109,0
Febrero	78,8	65,0	70,1	93,2	89,3	83,8
Marzo	101,2	91,8	108,3	114,6	101,4	107,9
Abril	102,1	105,1	97,7	96,2	97,7	100,9
Mayo	96,7	105,5	90,3	84,8	88,8	92,8
Junio	104,5	109,7	108,7	102,6	93,6	106,6
Julio	108,8	105,0	99,6	98,5	118,0	94,5
Agosto	90,6	81,4	94,2	85,7	96,4	78,3
Septiembre	79,3	78,9	80,7	85,9	78,8	61,7
Octubre	87,9	92,0	85,7	64,3	83,2	77,3
Noviembre	74,2	80,2	70,6	70,5	68,3	56,4
Diciembre	101,4	114,8	107,5	88,8	77,4	73,8
<b>2002</b> Enero	54,7	53,6	52,2	45,4	64,1	35,3
Febrero	57,5	54,5	56,8	65,1	67,1	35,4
Marzo	86,1	89,7	87,2	83,6	88,3	53,5
Abril	80,0	99,0	76,0	70,8	73,0	35,7
Mayo	87,8	108,7	91,7	77,1	74,7	41,8
Junio	106,8	133,8	128,8	91,4	86,0	55,2
Julio	112,0	125,7	128,9	92,1	112,8	45,8

Período	Juguetería	Librería y papelería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
<b>2000</b> julio	66,8	101,3	387,6	122,7	121,2
agosto	115,1	94,0	216,3	110,6	111,2
setiembre	43,3	83,3	203,6	112,2	110,5
octubre	45,1	89,7	146,8	127,8	119,0
noviembre	44,2	72,8	132,0	98,9	109,0
diciembre	161,5	146,4	145,6	162,6	189,3
<b>2001</b> enero	63,9	79,9	205,0	86,2	124,5
febrero	33,9	68,2	162,9	78,8	110,6
marzo	52,3	98,0	171,9	102,3	112,2
abril	42,4	87,1	148,2	106,3	102,9
mayo	35,6	73,2	123,9	106,4	89,4
junio	35,6	87,2	137,4	122,8	89,5
julio	43,1	80,0	249,6	125,4	103,9
agosto	85,1	75,5	196,6	114,5	103,1
setiembre	32,6	67,1	134,7	114,9	96,0
octubre	35,4	78,8	119,2	133,8	107,5
noviembre	38,2	65,2	93,8	101,9	93,6
diciembre	99,9	115,6	107,6	131,6	116,0
<b>2002</b> enero	36,7	67,7	100,2	75,3	67,4
febrero	19,8	67,4	122,2	75,7	72,5
marzo	29,7	100,1	144,2	108,2	118,9
abril	28,0	84,8	103,0	103,1	80,2
mayo	32,7	93,3	123,3	110,5	78,9
junio	40,0	108,4	134,8	134,7	80,8
julio	48,2	110,8	263,3	136,4	95,9

Si se analizan las variaciones con respecto a julio de 2001 se observan disminuciones en Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación (51,6%); Otros (7,8%); Amoblamientos (6,4%); Patio de Comidas (4,5%). En tanto, se registran aumentos en Librería y Papelería (38,6%); Ropa y Accesorios deportivos (29,4%); Indumentaria, calzado y marroquinería (19,8%); Juguetería (11,7%); Perfumería y Farmacia (8,8%) y Diversión y esparcimiento (5,5%).

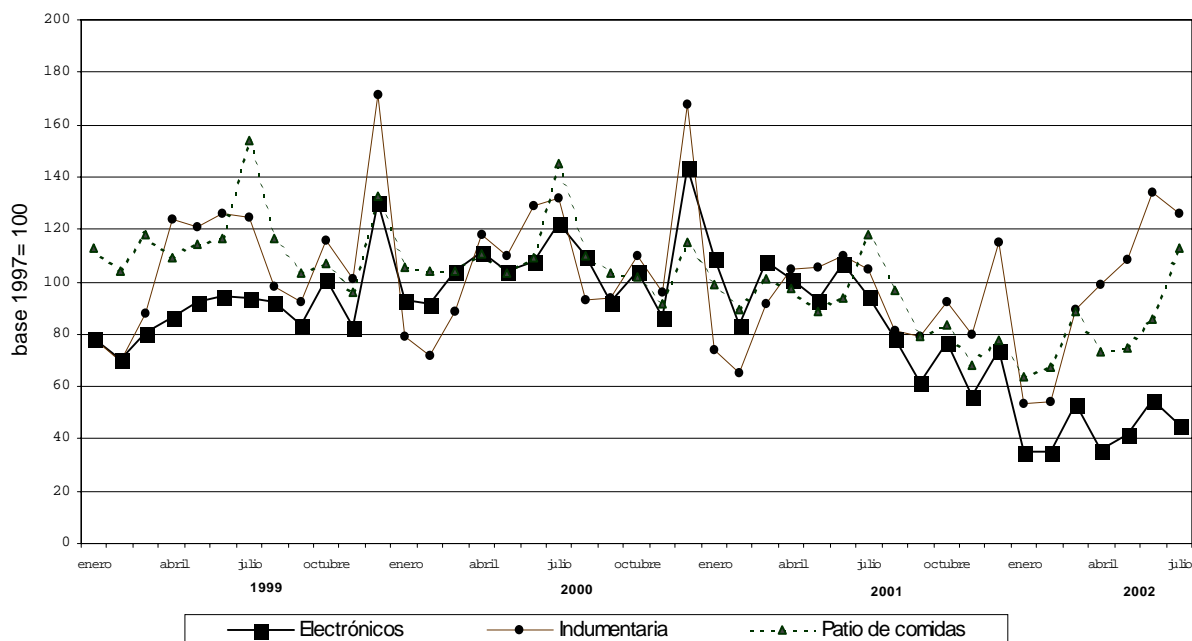
En el mes de julio de 2002 la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 29 Centros de compras. De ellos, 14 se encuentran ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y los 15 restantes en los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires. Asimismo, 10 de ellos tienen más de 100 locales, en tanto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

En estos Centros de compras se encuentran ubicados 2.428 locales, de los cuales 1.964 locales (80,9%) están activos con volumen de ventas disponibles y 423 locales (17,4%) permanecen inactivos. De los locales inactivos la mayor parte están disponibles para alquilar (92,7%), 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 448.393m<sup>2</sup> están en condición de activos, con volumen de ventas disponibles 394.464m<sup>2</sup> (es decir, 88,0%), en tanto que 10,7% está inactivo.

En términos de cantidad de locales, el rubro que tiene la mayor participación es Indumentaria, Calzado y Marroquinería (49,1%), seguido por Patio de Comidas, Alimentos y Kiosco (16,7%); Otros (9,8%), y Amoblamiento, Decoración y Textiles para el hogar (6,3%). 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 (32,5%), seguido por Indumentaria, Calzado y Marroquinería (25,9%); Patio de Comidas, Alimentos y Kioscos (11,6%); Amoblamiento, Decoración y Textiles para el hogar (8,4%); Otros (6,3%) y Electrónicos, CD, Electrodomésticos y Computación (5,4%).

**Evolución de las ventas de los principales rubros**



La concurrencia a las 159 salas cinematográficas en el mes de julio de 2002 fue de 1.844.337 espectadores, en tanto que el promedio por sala fue de 11.600 espectadores.

En la Ciudad de Buenos Aires la cantidad de salas asciende a 32 y los espectadores alcanzaron a 413.801 con una cantidad promedio de 12.931 espectadores por sala. En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires la cantidad de salas asciende a 127, los espectadores fueron 1.430.536 y el promedio de espectadores por sala fue de 11.264.

Los ingresos de las administraciones de los Centros de compras alcanzaron a \$9,5 millones, correspondiendo \$5,7 millones a la Ciudad de Buenos Aires y \$3,8 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 mayo de 2002 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 - Mayo de 2002**

Jurisdicción	Total	Administración de los Centros de Compras	Locales Comerciales	Vigilancia	Limpieza	Otros
<b>Total</b>	<b>15.042</b>	<b>852</b>	<b>12.477</b>	<b>867</b>	<b>785</b>	<b>61</b>
Ciudad de Buenos Aires	7.183	463	5.794	464	426	36
24 partidos de la prov. de Buenos Aires	7.859	389	6.683	403	359	25

La ocupación global de los centros de compras se distribuye en locales comerciales (82,9%), en la administra-

ción de los Centros de compra (5,7%), en tareas de vigilancia (5,8%), en tareas de limpieza (5,2%) y en otras tareas (0,4%).



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

**Cuadro 1. Evolución de las ventas a precios corrientes, 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 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
Junio	143.891	106,8	75.194	107,0	68.697	106,4
Julio	150.907	112,0	78.354	111,5	72.553	112,4

**Cuadro 2. Ventas a precios corrientes. 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>Julio 2002</b>	<b>Total del Gran Buenos Aires</b>	150.907	112,0	4,9	2,9	-14,5
	<b>Ciudad de Buenos Aires</b>	78.354	111,5	4,2	19,1	-3,8
	<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>	72.553	112,4	5,6	-10,3	-23,6



**Cuadro 3. Ventas a precios corrientes 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
en miles de \$											
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>											
2002 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	2.068	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
Junio	143.891	79.383	8.319	6.415	16.032	11.471	1.619	2.632	7.580	5.033	5.407
Julio	150.907	74.625	8.325	6.463	21.016	9.513	1.950	2.691	14.811	5.098	6.415
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>											
2002 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	2.224	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	2.974	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
Junio	75.194	45.131	3.471	3.868	8.047	4.460	857	1.438	1.724	3.259	2.939
Julio	78.354	44.663	3.592	4.123	9.839	3.827	1.055	1.523	3.024	3.340	3.368
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>											
2002 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	8.415	7.125	584	1.192	6.287	1.544	2.768
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
Junio	68.697	34.252	4.848	2.547	7.985	7.011	762	1.194	5.856	1.774	2.468
Julio	72.553	29.962	4.733	2.340	11.177	5.686	895	1.168	11.787	1.758	3.047

**Cuadro 4. Composición porcentual de las ventas a precios corrientes, 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
en %											
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>											
2002 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
Junio	100,0	55,2	5,8	4,5	11,1	8,0	1,1	1,8	5,3	3,5	3,8
Julio	100,0	49,5	5,5	4,3	13,9	6,3	1,3	1,8	9,8	3,4	4,3
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>											
2002 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
Junio	100,0	60,0	4,6	5,1	10,7	5,9	1,1	1,9	2,3	4,3	3,9
Julio	100,0	57,0	4,6	5,3	12,6	4,9	1,3	1,9	3,9	4,3	4,3
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>											
2002 Febrero	100,0	39,2	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
Junio	100,0	49,9	7,1	3,7	11,6	10,2	1,1	1,7	8,5	2,6	3,6
Julio	100,0	41,3	6,5	3,2	15,4	7,8	1,2	1,6	16,2	2,4	4,2

**Cuadro 5. Ventas promedio por local activo<sup>1</sup> a precios corrientes, 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>											
2002 Febrero	381	312	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	63,9	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
Junio	72,2	80,9	109,5	51,3	47,3	212,4	45,0	77,4	91,3	75,1	27,3
Julio	76,8	77,4	95,7	52,5	64,1	186,5	54,2	81,5	173,4	76,1	33,4
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>											
2002 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	46,6	173,8	34,2	48,5	65,3	59,5	59,6
Abril	55,4	62,0	84,5	37,2	42,1	125,0	34,6	48,1	58,5	51,3	36,0
Mayo	60,3	69,1	106,2	39,9	41,5	149,0	46,3	51,8	46,3	62,2	35,1
Junio	73,0	84,8	115,7	53,7	46,5	178,4	45,1	62,5	69,0	63,0	33,0
Julio	76,6	84,3	123,9	58,9	57,2	159,5	55,5	66,2	112,0	77,7	39,2
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>											
2002 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	38,1	164,9	33,2	98,1	88,0	63,1	20,3
Junio	71,3	76,3	105,4	48,1	48,1	241,8	44,8	108,5	101,0	71,0	22,6
Julio	77,1	69,0	81,6	44,2	71,6	210,6	52,6	116,8	210,5	73,3	28,7

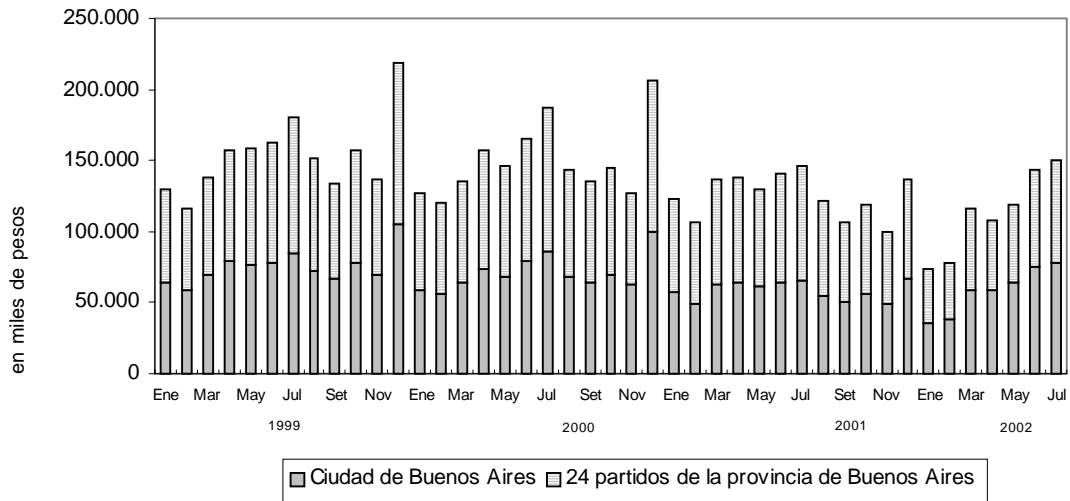
<sup>1</sup>Comprende los locales activos con volumen de ventas disponible.

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

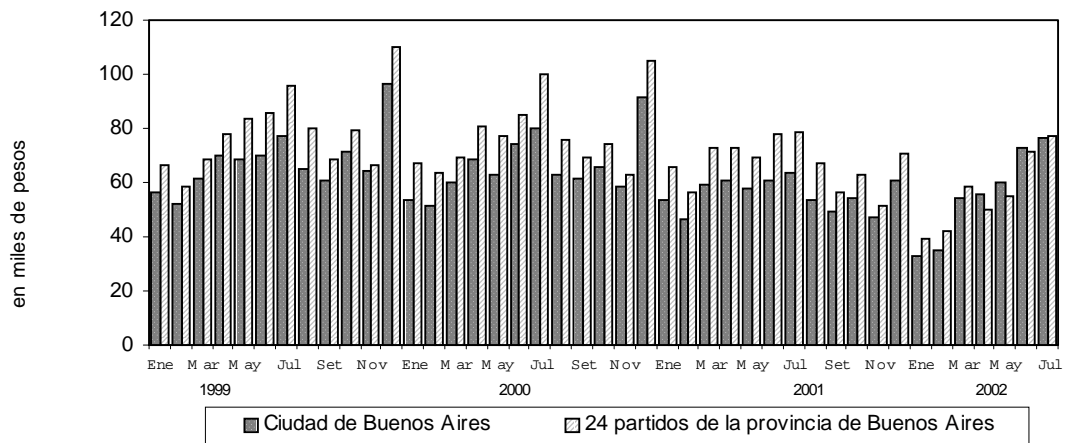
Período	Total	Indumentaria calzado y marroquinería	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos	Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación	Juguetería	Librería y papelería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
<b>Total del Gran Buenos Aires</b>											
2002 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	151	276	376	142	504	51	590	264
Junio	363	785	451	190	344	502	142	592	59	728	216
Julio	383	729	430	195	457	449	142	607	116	738	258
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>											
2002 Febrero	258	344	239	271	351	304	102	285	49	419	287
Marzo	402	583	375	312	443	449	159	428	56	621	590
Abril	408	710	383	266	399	323	161	406	44	611	340
Mayo	444	787	475	286	351	385	182	440	48	650	458
Junio	533	973	550	361	396	522	240	518	65	796	249
Julio	561	962	610	411	491	465	286	551	113	804	290
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>											
2002 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	454	249
Mayo	205	462	269	110	225	363	127	612	52	509	165
Junio	269	626	399	110	305	490	163	714	57	630	186
Julio	285	536	362	110	431	444	192	700	116	638	230

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

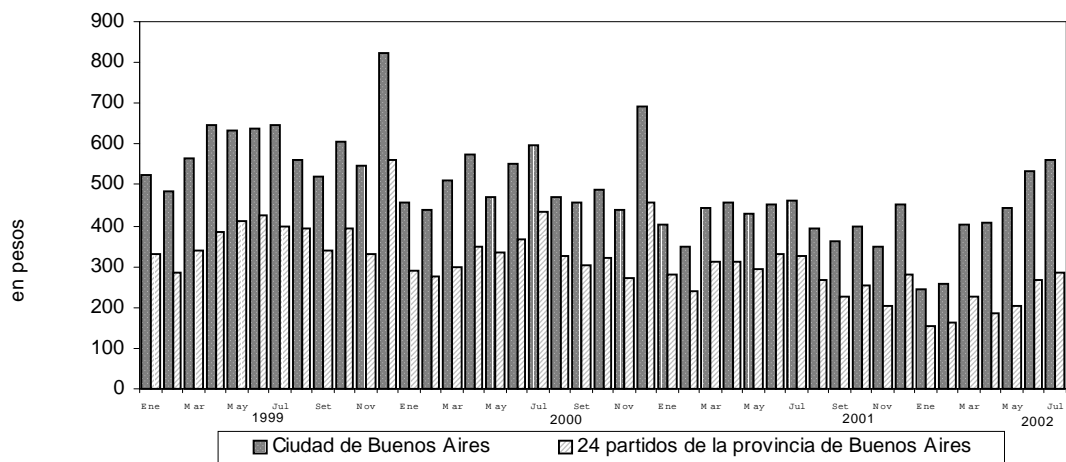
**Gráfico 1. Evolución de las ventas a precios corrientes**



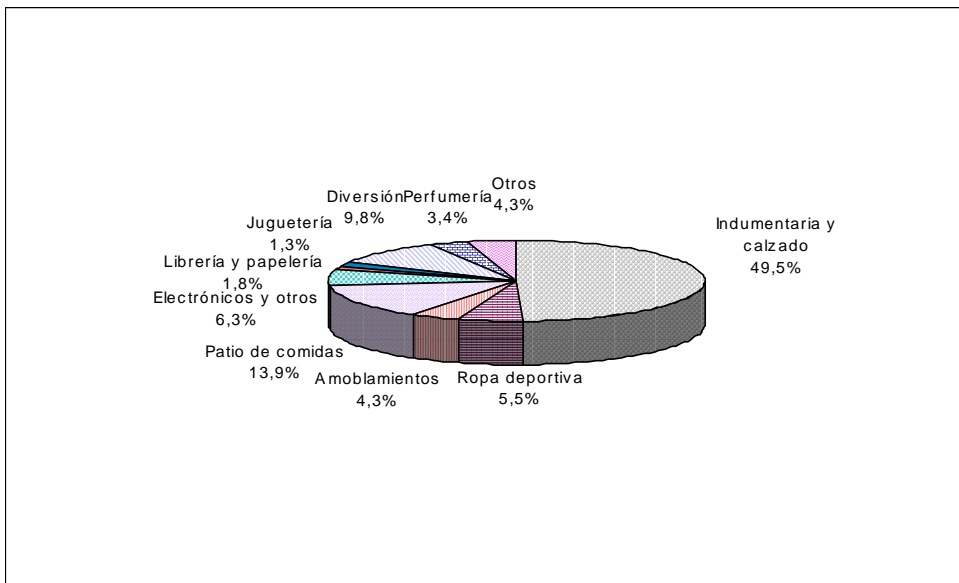
**Gráfico 2. Evolución de las ventas promedio por local activo a precios corrientes**



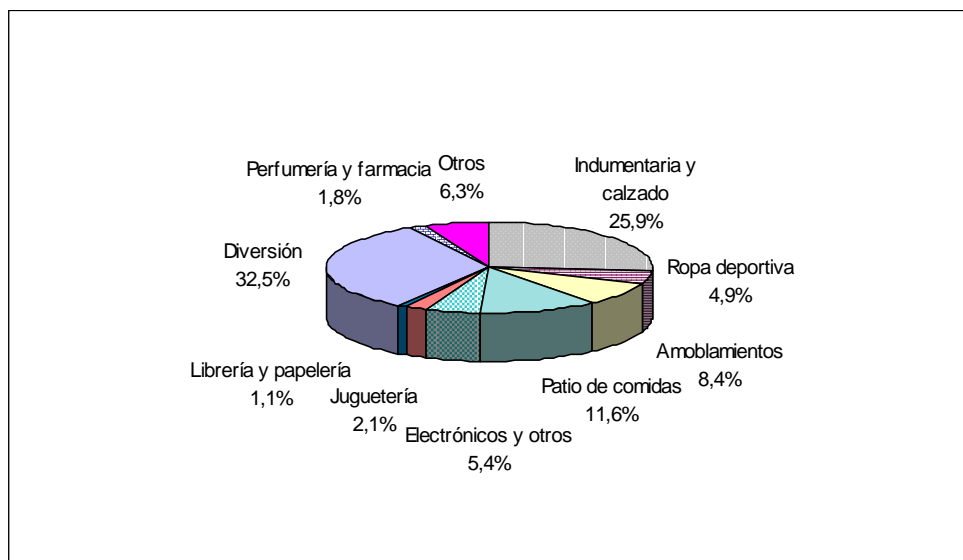
**Gráfico 3. Evolución de las ventas por metro cuadrado a precios corrientes**



**Gráfico 4. Composición porcentual de las ventas a precios corrientes por rubro JULIO 2002**



**Gráfico 5. Composición del área bruta locativa, por rubro JULIO 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
Junio	29	10	19	14	5	9	15	5	10
Julio	29	10	19	14	5	9	15	5	10

**Cuadro 8. Condición de actividad de los locales y de su correspondiente área bruta locativa**

Período	Todos los locales	Locales activos			Locales inactivos			
		Total	Con volumen de ventas disponibles	Otros número	Total	Disponible para alquilar	En reforma	Otros motivos
<b>Locales</b>								
1999 Julio	2.283	2.146	2.105	41	137	109	18	10
Agosto	2.287	2.142	2.098	44	145	118	18	9
Septiembre	2.289	2.135	2.088	47	154	124	21	9
Octubre	2.294	2.134	2.087	47	160	119	32	9
Noviembre	2.295	2.139	2.091	47	156	119	28	9
Diciembre	2.327	2.168	2.121	47	159	122	28	9
2000 Enero	2.327	2.161	2.114	47	166	132	25	9
Febrero	2.327	2.154	2.107	47	173	131	33	9
Marzo	2.327	2.151	2.105	46	176	132	35	9
Abril	2.308	2.147	2.103	44	161	123	28	10
Mayo	2.309	2.155	2.104	51	154	125	22	7
Junio	2.300	2.137	2.084	53	163	135	20	8
Julio	2.300	2.138	2.085	53	162	135	19	8
Agosto	2.300	2.137	2.084	53	163	136	19	8
Septiembre	2.301	2.124	2.070	54	177	141	26	10
Octubre	2.298	2.129	2.077	52	169	132	27	10
Noviembre	2.300	2.150	2.098	52	150	128	18	4
Diciembre	2.323	2.162	2.109	53	161	139	19	3
2001 Enero	2.323	2.137	2.083	54	186	162	21	3
Febrero	2.322	2.127	2.073	54	195	168	24	3
Marzo	2.324	2.117	2.063	54	207	174	30	3
Abril	2.323	2.118	2.065	53	205	177	25	3
Mayo	2.323	2.113	2.060	53	210	178	27	5
Junio	2.319	2.092	2.042	50	227	194	27	6
Julio	2.348	2.120	2.071	49	228	219	2	7
Agosto	2.299	2.080	2.031	49	219	214	0	5
Septiembre	2.299	2.072	2.024	48	227	222	0	5
Octubre	2.299	2.072	2.024	48	227	222	0	5
Noviembre	2.306	2.078	2.030	48	228	222	1	5
Diciembre	2.384	2.135	2.087	48	249	242	2	5
2002 Enero	2.384	2.086	2.043	43	298	290	3	5
Febrero	2.384	2.074	2.031	43	310	303	1	6
Marzo	2.473	2.102	2.058	44	371	364	2	5
Abril	2.483	2.090	2.048	42	393	363	17	13
Mayo	2.479	2.096	2.054	42	383	358	19	6
Junio	2.438	2.032	1.993	39	406	376	23	7
Julio	2.428	2.005	1.964	41	423	392	24	7
<b>Area Bruta Locativa</b>								
1999 Julio	347.433	336.516	329.946	6.570	10.917	9.096	1.285	536
Agosto	348.544	335.506	329.055	6.451	13.038	10.849	1.373	816
Setiembre	348.825	335.019	328.568	6.451	13.806	11.409	1.581	816
Octubre	349.868	335.478	329.027	6.451	14.390	11.388	2.186	816
Noviembre	350.496	336.220	329.752	6.468	14.276	11.110	2.350	816
Diciembre	386.136	371.737	365.269	6.468	14.399	11.233	2.350	816
2000 Enero	386.234	371.548	365.080	6.468	14.686	11.816	2.054	816
Febrero	386.250	371.187	364.719	6.468	15.063	11.981	2.266	816
Marzo	386.250	370.597	364.482	6.115	15.653	12.426	2.411	816
Abril	386.622	372.218	366.332	5.886	14.404	11.542	2.027	835
Mayo	400.508	386.185	379.444	6.741	14.323	12.452	1.171	700
Junio	400.107	384.693	377.837	6.856	15.414	13.340	1.107	967
Julio	400.107	385.082	378.226	6.856	15.025	13.063	995	967
Agosto	400.107	384.846	377.990	6.856	15.261	13.299	995	967
Septiembre	400.234	383.204	376.308	6.896	17.030	14.543	1.388	1.099
Octubre	400.474	383.568	376.879	6.689	16.906	14.410	1.397	1.099
Noviembre	401.341	385.857	379.168	6.689	15.484	13.317	928	1.239
Diciembre	404.146	387.137	380.387	6.750	17.009	14.888	975	1.146
2001 Enero	404.146	384.390	377.575	6.815	19.756	17.581	1.021	1.154
Febrero	404.145	383.764	376.949	6.815	20.381	18.001	1.226	1.154
Marzo	404.594	382.962	376.147	6.815	21.632	18.555	1.923	1.154
Abril	404.582	383.257	376.521	6.736	21.325	18.775	1.396	1.154
Mayo	404.582	382.910	376.174	6.736	21.672	18.969	1.439	1.264
Junio	401.473	380.425	375.373	5.052	21.048	18.323	1.439	1.286
Julio	419.942	396.269	389.716	6.553	23.673	22.795	74	804
Agosto	420.277	396.434	389.425	7.009	23.843	23.533	0	310
Septiembre	420.277	395.871	388.912	6.959	24.406	24.096	0	310
Octubre	420.277	395.960	389.001	6.959	24.317	24.007	0	310
Noviembre	420.754	396.117	389.158	6.959	24.637	24.269	58	310
Diciembre	429.819	401.978	395.019	6.959	27.841	27.389	142	310
2002 Enero	429.819	395.914	389.708	6.206	33.905	33.402	193	310
Febrero	429.819	394.664	388.458	6.206	35.155	34.769	58	328
Marzo	450.025	408.686	402.084	6.602	41.339	40.948	81	310
Abril	455.142	411.593	405.085	6.508	43.549	41.015	1.046	1.488
Mayo	457.634	414.231	407.783	6.448	43.403	41.166	1.364	873
Junio	450.216	402.148	396.365	5.783	48.068	45.450	1.658	960
Julio	448.393	400.286	394.464	5.822	48.107	45.447	1.700	960

**Cuadro 9.** Cantidad de locales activos<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>											
2002 Febrero	2.031	1.037	71	124	335	54	37	37	83	66	187
Marzo	2.058	1.031	72	135	341	55	36	38	85	68	198
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
Junio	1.993	981	76	125	339	54	36	34	83	67	198
Julio	1.964	964	87	123	328	51	36	33	83	67	192
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>											
2002 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
Junio	1.030	532	30	72	173	25	19	23	25	42	89
Julio	1.023	530	29	70	172	24	19	23	27	43	86
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>											
2002 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
Junio	963	449	46	53	166	29	17	11	58	25	109
Julio	941	434	58	53	156	27	17	10	56	24	106

<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

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>											
2002 Febrero	388.458	104.169	17.249	30.611	41.857	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	136.402	6.860	18.606
Abril	405.082	104.860	17.415	33.649	47.318	23.086	8.553	4.559	140.273	7.099	18.280
Mayo	407.783	105.148	17.731	35.735	50.416	23.120	8.714	4.497	135.438	6.995	19.989
Junio	396.365	101.139	18.446	33.829	46.552	22.860	8.235	4.448	128.902	6.910	25.044
Julio	394.464	102.307	19.345	33.093	45.955	21.206	8.235	4.430	128.112	6.906	24.875
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>											
2002 Febrero	145.653	49.831	5.924	10.665	18.153	8.999	3.871	2.892	32.423	4.022	8.973
Marzo	145.448	49.663	5.924	10.665	18.153	8.999	3.871	2.892	32.423	4.022	8.936
Abril	144.763	49.213	5.739	10.665	18.153	8.999	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
Junio	140.990	46.389	6.307	10.720	20.331	8.543	3.565	2.776	28.484	4.095	11.780
Julio	139.635	46.449	5.886	10.030	20.046	8.406	3.565	2.762	28.729	4.152	11.610
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>											
2002 Febrero	242.805	54.338	11.425	19.946	23.704	14.623	4.759	1.781	100.898	2.625	8.706
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	28.165	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	2.973	13.257
Junio	255.375	54.750	12.139	23.109	26.221	14.317	4.670	1.672	102.418	2.815	13.264
Julio	254.829	55.868	13.459	23.063	25.909	12.800	4.670	1.668	101.383	2.754	13.265

<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>											
2002 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
Junio	199	103	243	259	137	423	229	131	1.553	103	126
Julio	201	106	222	259	140	416	229	134	1.544	103	130
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>											
2002 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
Junio	137	87	210	149	118	342	188	121	1.059	98	132
Julio	136	88	203	143	117	350	188	120	990	97	135
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>											
2002 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
Junio	265	122	264	436	158	494	275	152	1.766	113	122
Julio	271	129	232	435	166	474	275	167	1.810	115	125

<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>			
2002 Febrero	151	882.036	5.841
Marzo	159	989.225	6.508
Abril	159	719.812	4.527
Mayo	159	864.829	5.439
Junio	159	908.021	5.711
Julio	159	1.844.337	11.600
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>			
2002 Febrero	32	220.893	6.903
Marzo	32	256.459	8.014
Abril	32	196.965	6.155
Mayo	32	202.528	6.329
Junio	32	220.476	6.890
Julio	32	413.801	12.931
<b>24 partidos de la provincia de Buenos Aires</b>			
2002 Febrero	119	661.143	5.556
Marzo	127	732.766	6.106
Abril	127	522.847	4.117
Mayo	127	662.301	5.215
Junio	127	687.545	5.414
Julio	127	1.430.536	11.264

**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	
2002Febrero	878	491	387
Marzo	887	485	402
Abril	869	481	388
Mayo	852	463	389
Junio	854	470	384
Julio	768	421	347

<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 \$	
2002 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
Junio	9.262	5.866	3.396
Julio	9.520	5.743	3.777

**Cuadro 15.** Índice de ventas a precios constantes sin desestacionalizar, por rubro. 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>	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
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	74,0
Febrero	64,6	70,4	60,3	64,4	65,6	34,9	18,4	65,5	133,0	65,7	77,2
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
Junio	89,7	116,0	103,8	62,4	77,1	35,4	25,0	86,4	141,0	80,6	76,9
Julio	93,4	107,1	99,3	60,2	96,9	28,6	29,3	85,8	275,2	80,5	89,8

**Cuadro 16.** Variaciones interanuales de las ventas a precios constantes sin desestacionalizar, por rubro.

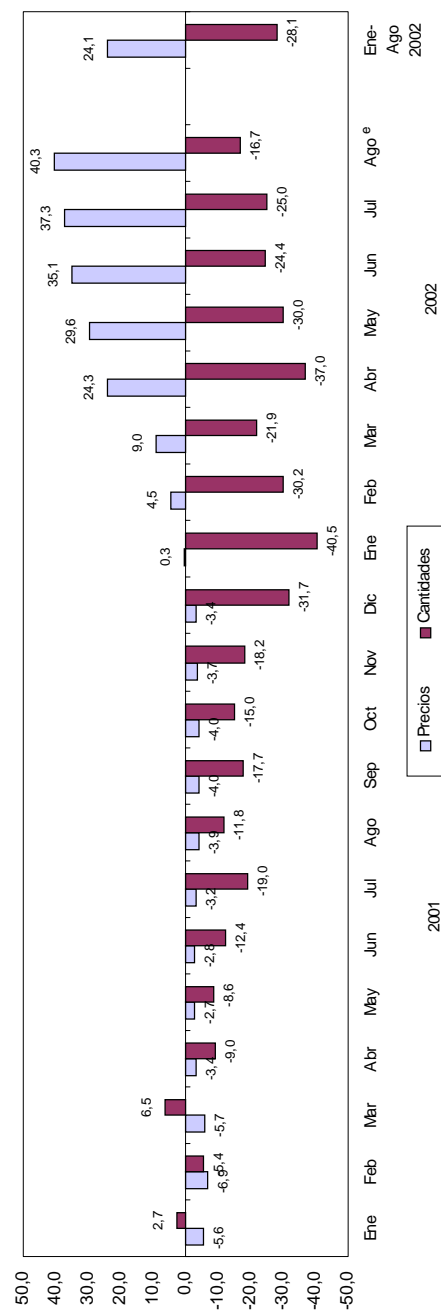
Periodo	Total	Indumentaria	Ropa y accesorios deportivos	Amoblamiento, decoración y textiles para el hogar	Patio de comidas, alimentos y kioscos en %	Electrónicos, CD, Electrodomésticos	Juguetería	Librería	Diversión y esparcimiento	Perfumería y farmacia	Otros
<b>1.998</b>	13,7	12,6	10,2	22,8	11,2	6,5	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
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
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	-45,1
Febrero	-30,2	-18,5	-21,9	-36,5	-26,0	-66,0	-51,4	-5,1	-21,6	-14,3	-35,5
Marzo	-21,9	-7,8	-27,8	-40,5	-14,9	-64,8	-58,4	-7,6	-10,3	-11,4	1,3
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
Junio	-24,4	-10,6	-11,7	-44,1	-16,3	-73,5	-36,3	-3,5	3,5	-32,3	-21,5
Julio	-25,0	-17,3	-7,3	-44,3	-16,4	-76,1	-39,6	4,7	10,4	-33,8	-21,5

**Cuadro 17.** Evolución de los índices de precios adaptados a la Encuesta de Centros de Compras, 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>	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
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
Junio	119,1	115,2	124,0	146,4	111,5	155,6	159,7	125,4	96,0	167,2	105,0
Julio	119,9	117,3	129,7	153,1	116,3	159,9	163,6	129,1	96,1	169,5	106,6

**Cuadro 18.** 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	Perfumería 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
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
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	-3,2	-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	9,0	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
Junio	35,1	36,3	34,3	59,3	9,8	95,3	76,3	28,9	-5,2	62,1	14,9
Julio	37,3	44,9	39,6	68,0	14,3	102,3	85,0	32,3	-4,4	64,5	17,5



**Cuadro 19.** Ventas de Centros de Compras. Series a precios corrientes, a precios constantes, desestacionalizada a precios constantes y tendencia y sus variaciones. Índices base 1997=100

Período	Precios Corrientes			Precios Constantes			Desestacionalizada a Precios Constantes			Tendencia Ciclo	
	Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales mensual
		mensual	interanual		mensual	interanual		mensual	interanual		
1997 Ene	68,4	-	-	67,8	-	-	85,3	-	-	85,0	-
Feb	63,0	-7,9	-	62,8	-7,3	-	84,6	-0,8	-	87,1	2,5
Mar	86,2	36,8	-	85,5	36,2	-	90,8	7,3	-	89,8	3,1
Abr	89,6	4,0	-	88,6	3,6	-	91,2	0,4	-	92,9	3,5
May	97,7	9,1	-	96,7	9,2	-	96,2	5,5	-	96,2	3,6
Jun	108,5	11,0	-	107,7	11,3	-	100,4	4,4	-	99,5	3,4
Jul	116,2	7,1	-	116,1	7,8	-	103,6	3,2	-	102,7	3,2
Ago	113,0	-2,8	-	114,0	-1,8	-	110,9	7,0	-	105,3	2,5
Sep	95,0	-16,0	-	95,5	-16,3	-	108,5	-2,2	-	107,2	1,8
Oct	107,2	12,9	-	107,8	13,0	-	109,3	0,7	-	108,4	1,1
Nov	101,2	-5,6	-	101,9	-5,5	-	109,6	0,3	-	109,1	0,6
Dic	154,1	52,2	-	155,6	52,7	-	109,4	-0,2	-	109,4	0,3
1998 Ene	85,0	-44,8	24,4	86,4	-44,5	27,4	104,5	-4,5	22,5	109,6	0,2
Feb	81,1	-4,6	28,8	82,8	-4,1	31,8	110,7	5,9	30,9	109,9	0,3
Mar	100,9	24,4	17,1	102,3	23,5	19,5	111,7	0,9	23,0	110,1	0,2
Abr	110,5	9,5	23,3	111,8	9,3	26,2	113,3	1,4	24,2	110,3	0,2
May	123,8	12,1	26,7	125,5	12,2	29,7	124,4	9,8	29,3	110,6	0,3
Jun	114,7	-7,4	5,7	116,5	-7,1	8,2	109,8	-11,7	9,4	110,9	0,3
Jul	122,2	6,6	5,1	125,0	7,3	7,7	109,8	0,0	6,0	111,5	0,5
Ago	111,6	-8,7	-1,2	115,5	-7,6	1,3	111,0	1,1	0,1	112,5	0,9
Sep	94,6	-15,2	-0,3	97,8	-15,3	2,4	112,7	1,5	3,9	113,9	1,2
Oct	114,5	21,0	6,8	118,8	21,5	10,2	115,5	2,5	5,7	115,6	1,5
Nov	105,7	-7,7	4,4	109,8	-7,5	7,8	119,8	3,7	9,3	117,4	1,6
Dic	165,0	56,1	7,1	172,3	56,9	10,7	121,3	1,3	10,9	118,9	1,3
1999 Ene	96,4	-41,6	13,4	101,1	-41,3	17,1	121,8	0,4	16,6	120,1	1,0
Feb	84,9	-11,9	4,6	89,9	-11,1	8,6	118,9	-2,4	7,4	120,8	0,6
Mar	101,9	20,1	1,0	107,5	19,5	5,1	118,4	-0,4	6,0	121,1	0,2
Abr	116,2	14,0	5,2	122,2	13,7	9,3	122,3	3,3	7,9	121,2	0,1
May	118,0	1,6	-4,7	124,4	1,8	-0,9	122,3	0,0	-1,7	121,1	-0,1
Jun	120,8	2,4	5,4	127,6	2,6	9,5	122,1	-0,2	11,2	121,0	-0,1
Jul	133,7	10,6	9,4	142,3	11,6	13,8	119,6	-2,0	8,9	121,0	0,0
Ago	112,2	-16,0	0,6	120,9	-15,1	4,7	119,6	0,0	7,7	121,2	0,2

Cuadro 19. Continuación

Período	Precios Corrientes			Precios Constantes			Desestacionalizada a Precios Constantes			Tendencia Cíclo		
	Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales		Serie	Variaciones porcentuales mensual	
		mensual	interanual		mensual	interanual		mensual	interanual			
2000	Sep	99,5	-11,3	5,1	107,3	-11,2	9,8	121,6	1,7	7,9	121,6	0,3
	Oct	116,3	16,9	1,6	125,6	17,0	5,7	121,6	0,0	5,3	122,1	0,4
	Nov	101,1	-13,1	-4,3	109,2	-13,0	-0,5	121,1	-0,4	1,1	122,7	0,5
	Dic	162,0	60,3	-1,8	175,8	61,0	2,1	124,6	2,9	2,7	123,2	0,4
	Ene	94,5	-41,7	-2,0	102,8	-41,5	1,6	124,0	-0,5	1,8	123,7	0,4
	Feb	89,5	-5,3	5,5	98,0	-4,7	9,0	127,0	2,4	6,8	124,1	0,3
	Mar	100,7	12,5	-1,2	110,0	12,3	2,4	120,6	-5,0	1,9	124,3	0,2
	Abr	116,1	15,3	-0,1	127,1	15,5	4,0	125,8	4,3	2,9	124,4	0,1
	May	108,8	-6,3	-7,8	119,4	-6,0	-4,0	125,1	-0,6	2,3	124,3	-0,1
	Jun	122,7	12,8	1,5	135,3	13,3	6,0	127,2	1,7	4,2	124,0	-0,2
	Jul	138,9	13,2	3,9	153,9	13,8	8,1	128,5	1,0	7,4	123,6	-0,3
	Ago	106,9	-23,0	-4,7	119,5	-22,3	-1,1	120,5	-6,2	0,8	123,0	-0,5
	Sep	100,3	-6,2	0,9	112,1	-6,2	4,5	123,2	2,2	1,3	122,4	-0,5
	Oct	107,7	7,4	-7,4	121,1	8,0	-3,6	119,9	-2,7	-1,4	122,0	-0,3
	Nov	94,2	-12,6	-6,8	106,3	-12,2	-2,7	118,4	-1,3	-2,2	121,6	-0,3
	Dic	153,6	63,1	-5,2	175,2	64,9	-0,3	120,5	1,8	-3,3	121,3	-0,2
2001	Ene	91,7	-40,3	-3,0	105,6	-39,7	2,7	133,6	10,9	7,7	120,8	-0,4
	Feb	78,8	-14,0	-12,0	92,6	-12,3	-5,4	120,7	-9,7	-5,0	119,9	-0,7
	Mar	101,2	28,4	0,5	117,2	26,6	6,5	121,2	0,4	0,5	118,5	-1,2
	Abr	102,1	0,9	-12,1	115,7	-1,3	-9,0	115,7	-4,5	-8,0	116,5	-1,7
	May	96,7	-5,3	-11,1	109,2	-5,6	-8,6	113,1	-2,2	-9,6	113,8	-2,3
	Jun	104,5	8,0	-14,8	118,6	8,6	-12,4	106,7	-5,7	-16,1	110,8	-2,6
	Jul	108,8	4,1	-21,7	124,6	-0,3	-19,0	104,5	-2,1	-18,7	107,6	-2,9
	Ago	90,6	-16,7	-15,2	105,4	-15,4	-11,8	102,2	-2,2	-15,2	104,4	-3,0
	Sep	79,3	-12,5	-21,0	92,3	-12,4	-17,7	98,1	-4,0	-20,4	101,3	-3,0
	Oct	87,9	10,9	-18,4	102,9	11,5	-15,0	100,8	2,8	-15,9	98,2	-3,1
	Nov	74,2	-15,6	-21,2	87,0	-15,5	-18,2	93,7	-7,0	-20,9	95,1	-3,2
	Dic	101,4	36,6	-34,0	119,7	37,7	-31,7	80,6	-14,0	-33,1	91,9	-3,4
2002	Ene	54,7	-46,0	-40,3	62,8	-47,5	-40,5	78,1	-3,1	-41,5	88,7	-3,5
	Feb	57,5	5,0	-27,1	64,6	2,9	-30,2	82,4	5,5	-31,7	85,9	-3,2
	Mar	86,1	49,9	-14,9	91,6	41,7	-21,9	92,4	12,1	-23,8	83,7	-2,6
	Abr	80,0	-7,1	-21,7	72,9	-20,4	-37,0	73,3	-20,7	-36,6	82,1	-1,9
	May	87,8	9,8	-9,2	76,4	4,8	-30,0	77,6	5,9	-31,4	81,2	-1,1
	Jun	106,8	21,6	2,2	89,7	17,3	-24,4	79,1	1,9	-25,9	80,9	-0,4
	Jul	112,0	4,9	2,9	93,4	4,2	-25,0	78,6	-0,6	-24,8	81,1	0,2

## SINTESIS METODOLOGICA

### Características del ajuste estacional:

A partir del mes de agosto se comienza la publicación de la serie desestacionalizada correspondiente al Índice de ventas de centros de compras a precios constantes. El ajuste se realiza utilizando el programa X11-ARIMA versión 2000 y las opciones de desestacionalización que resultaron más apropiadas son las que aparecen a continuación. Las mismas se mantienen fijas a partir del mes de agosto de 2002 por el lapso de un año.

- v Extensión con un año de pronóstico mediante el modelo ARIMA  $\log(011)(011)_{12}$ .
- v Ajuste por variación por días de actividad.

### Estimación de la Tendencia – Ciclo:

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

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



## Ajuste estacional y estimación de Tendencia Ciclo para el Índice de Ventas en Centros de Compras a precios constantes.

### I.1- Consideraciones Generales

Antes de exponer los resultados del estudio parece importante señalar algunos aspectos sobre el tratamiento de series de tiempo, como así también otros referidos al programa de desestacionalización utilizado.

El modelo tradicional de descomposición de una serie de tiempo supone que la misma está constituida por las siguientes componentes:

- ⇒ Estacionalidad: es el conjunto de fluctuaciones intraanuales atribuida principalmente al efecto sobre las actividades socioeconómicas de las estaciones climatológicas, festividades religiosas (por ejemplo Navidad) y eventos institucionales con fechas relativamente fijas (por ejemplo, el comienzo del año escolar).
- ⇒ Efecto días de actividad: representa la variación debida al número de veces que ocurre cada día de la semana en un cierto mes. Esta componente suele estar presente en series mensuales de tipo flujo, es decir, en aquellas en que el dato mensual es acumulación de valores diarios.
- ⇒ Efecto pascuas: este es un feriado móvil que puede ocurrir a fines de Marzo o en el mes de Abril. Estos cambios pueden introducir serias distorsiones en las variaciones porcentuales mensuales (o trimestrales de acuerdo a la periodicidad de la serie en estudio). Además se calcula el impacto gradual de este feriado que afecta los días previos (build-up).
- ⇒ Tendencia: corresponde a variaciones de largo período debidas principalmente a cambios demográficos, tecnológicos e institucionales.
- ⇒ Ciclo: también conocido como ciclo económico, esta caracterizado por un comportamiento oscilatorio que comprende de dos a siete años en promedio, siendo en general las fases de expansión más largas que las de recesión.

Como en la práctica resulta muy difícil distinguir la tendencia de la componente cíclica, ambas se combinan en una única componente denominada:

- ⇒ Tendencia – ciclo
- ⇒ Irregular: es el residuo no explicado por las componentes antes mencionadas. Representa no sólo errores de medición o registro sino también eventos temporarios externos a la serie, que afectan su comportamiento.

Si la componente estacional es significativa, su presencia puede oscurecer la evolución real de la serie. Entonces se hace necesario contar con métodos que permitan eliminar las variaciones estacionales y, eventualmente, las debidas a los días de actividad y a los feriados móviles, dando como resultado la serie estacionalmente ajustada.

Los métodos de estimación de las componentes de una serie de tiempo se pueden clasificar básicamente en dos grandes categorías: métodos de regresión y métodos basados en promedios móviles.

Los métodos de regresión suponen que las componentes tendencia, ciclo y estacionalidad son funciones determinísticas del tiempo que pueden ser aproximadas por funciones simples.

En cambio, los métodos basados en promedios móviles suponen que las componentes son estocásticas y no pueden ser aproximadas por funciones simples sobre el rango total de la serie. Debido a las características de estos métodos, las componentes estimadas sufren modificaciones cada vez que un nuevo dato se incorpora a la serie original.

### I.2 - Características generales del ajuste estacional utilizando el programa X11- ARIMA versión 2000

El proceso de desestacionalización llevado a cabo por este software consta de las siguientes etapas:

- ⇒ Corrección de la serie original con factores a priori. Esta es una corrección temporal suministrada por el usuario que permite mejorar la estimación de las componentes ante la presencia de valores atípicos.
- ⇒ Ajuste de la serie original o corregida a priori mediante un modelo SARIMA (Box y Jenkins, 1976). El programa ajusta y estima un conjunto de modelos en forma automática y verifica para cada uno de ellos el cumplimiento de ciertos requisitos: contrasta aleatoriedad de los residuos del modelo, calcula el error de pronóstico porcentual promedio de los tres últimos años y controla evidencias de sobrediferenciación. El usuario puede imponer la utilización de cualquier modelo SARIMA, si lo considera adecuado, aún cuando éste no satisfaga alguno de los requisitos mencionados.
- ⇒ Extrapolación. En caso de contarse con un modelo SARIMA, se extiende la serie original o corregida, en uno o ambos extremos, con uno o más años de datos extrapolados. El uso de series extendidas permite mejorar la calidad de las estimaciones de las componentes para los últimos períodos y reducir significativamente la magnitud de las revisiones.
- ⇒ Ajuste estacional de la serie original o extendida mediante el método X11. Se considera que la serie se relaciona con las componentes en forma multiplicativa, aditiva o log-aditiva. Así, por ejemplo en el caso multiplicativo:

$$O_t = TC_t \cdot S_t \cdot TD_t \cdot E_t \cdot I_t$$

siendo

$O_t$  la observación original de la serie en el tiempo t

$TC_t$  la componente tendencia-ciclo del tiempo t

$S_t$  la componente estacional del tiempo t

$TD_t$  la componente de variación por efecto días de actividad (opcional) del tiempo  $t$

$E_t$  la componente de variación por efecto pascuas

$I_t$  la componente irregular del tiempo  $t$

La “tendencia” y el “ciclo” se consideran como una única componente denominada “Tendencia-Ciclo”, pues resulta difícil poder aislarlas, especialmente en series cortas.

Las componentes principales  $TC_t$  y  $S_t$  se estiman en forma iterativa mediante el suavizado con promedios móviles de longitud y pesos adecuados. El programa provee tests que permiten confirmar la presencia de estacionalidad estable (patrón estacional que se repite en forma regular) y de estacionalidad móvil (patrón estacional que cambia a través del tiempo). En base a ambos tipos de tests se determina si hay estacionalidad identificable en la serie.

En el caso de la componente “efecto días de actividad”, el programa estima el peso de cada día de la semana y contrasta su significatividad. Por otra parte proporciona un test que permite confirmar la presencia de esta componente.

Para evaluar la presencia de la componente “efecto pascuas” el programa proporciona un test. Además, en el caso que el “efecto pascuas” sea significativo, calcula con cuantos días de anticipación tiene efecto.

También el método X11-ARIMA provee una serie de medidas de control que combinadas dan lugar al indicador Q, que permite evaluar el ajuste realizado, además de otras medidas de análisis, tales como la contribución de cada componente a la variancia de la serie original.

## II - Estimación de la Tendencia – Ciclo

El objetivo de la desestacionalización de series económicas es el de poder estimar y extraer, en la forma más precisa posible, la componente estacional de la serie original de manera que permita observar más claramente la evolución de la serie económica en el tiempo. Sin embargo, las variaciones atípicas que quedan en las series desestacionalizadas, dificultan la interpretación del ciclo económico de corto plazo, es decir, es más difícil identificar la fase del ciclo corriente, recesión o recuperación, en la que se encuentra la economía.

En la última década se han incrementado los esfuerzos para diseñar procedimientos que permitan obtener estimaciones de la componente tendencia-ciclo que faciliten la interpretación del ciclo económico representado por la serie analizada.

En este trabajo se utilizan dos de esos procedimientos. El primero es la estimación de la componente de tendencia-ciclo que está disponible en el programa X11 ARIMA. Consiste en la estimación a partir de un suavizado con filtros de Henderson adecuados de la serie desestacionalizada, que el programa presenta en la tabla D12 y que de aquí en más se llamará “Tendencia ordinaria”.

Por otro lado y siguiendo las ideas propuestas por Dagum (1996) se evaluó un nuevo método que consiste básicamente en extender la serie estacionalmente ajustada corregida por valores extremos (tabla E2) con extrapolaciones de un modelo Arima y luego aplicar un filtro de Henderson de 13 términos a la serie extendida usando límites más estrictos para la identificación y reemplazo de valores extremos.

La extensión de esta serie se realiza para reducir el tamaño de las revisiones en las estimaciones más recientes de la componente de tendencia-ciclo. Esta estimación se llamará “Tendencia suavizada”.

La implementación de este nuevo procedimiento en el contexto del método X11 Arima debe hacerse siguiendo los siguientes pasos:

- Hallar la mejor serie desestacionalizada seleccionando las opciones apropiadas para la estimación de las componentes estacional, tendencia-ciclo, efecto por días de actividad y efecto pascuas, y factores a priori permanentes o temporarios si fuera aplicable. Los valores de la serie desestacionalizada se muestran en la tabla D11 y los valores de la serie estacionalmente ajustada modificados por valores extremos se muestran en la tabla E2.
- Extender la serie E2 con un año de pronósticos de un modelo Arima adecuado. En la práctica, el modelo  $(0\ 1\ 1)(0\ 0\ 1)_s$  parece ser apropiado para muchas series económicas, por lo que se recomienda tomarlo como una de las alternativas para proyectar la serie. Luego la serie extendida es corregida por valores extremos utilizando límites sigma más restrictivos (generalmente  $\pm 0.7\sigma$  y  $\pm 1.0\sigma$ ) que los utilizados para encontrar la serie estacionalmente ajustada y por último se aplica el filtro Henderson de 13 términos. Este procedimiento produce una estimación suavizada de la componente de tendencia-ciclo extraída por el programa X11 ARIMA.

Ambos procedimientos se aplicaron para la serie en estudio. Una vez obtenidas ambas estimaciones de la componente de tendencia-ciclo, para la series, se evaluó el ajuste obtenido para determinar cuál de ellas, tendencia ordinaria o suavizada, representaba de manera más adecuada el ciclo económico de las ventas en centros de compras.

### III – Resultados obtenidos para el Índice de Ventas en centros de compras a precios constantes.

#### Ajuste estacional

Los resultados obtenidos en el ajuste estacional de la series mencionada son los siguientes:

- \* Estacionalidad identificable.
- \* Resulta significativo el efecto por días de actividad.
- \* Efecto Pascuas no significativo
- \* Filtro Henderson de 13 términos para estimar la componente tendencia.
- \* Promedios móviles para estimar la componente estacional: 3x5
- \* Extensión con un año de pronósticos mediante el modelo SARIMA  $\log(011)(011)_{12}$ .
- \* La estadística resumen Q indica que el ajuste estacional es satisfactorio.

#### Estimacion de la Tendencia Ciclo

Se evaluaron las dos posibilidades para estimar la tendencia ciclo: usar la estimacion que provee el programa X11 Arima, Tendencia ordinaria, o la Tendencia suavizada propuesta por Dagum y expuesta más arriba.

El método mas adecuado para la estimación de la tendencia ciclo es el propuesto por Dagum(1996) que consiste en:

- \* Extensión de la serie desestacionalizada, modificada por valores extremos, con el modelo SARIMA  $\log(0\ 1\ 1)(0\ 0\ 1)_{12}$ .
- \* Henderson de 13 términos para estimar la tendencia usando límites más estrictos para la identificación y reemplazo de los valores extremos.

#### Referencias:

- Bureau of the Census(1998): "X12-ARIMA Reference Manual", Final Version 0.1, Time Series Staff, Statistical Research Division.
- Dagum E. B. (1996) A new method to reduce unwanted ripples and revisions in trend cycle estimates from X11-ARIMA. Survey Methodology. 22 (1) p.77-83.
- Dagum E. B. (1999) X11-ARIMA version 2000 an update of the X11-ARIMA/88 seasonal adjustment method. Foundations and user's manual. Time Series Research and Analysis Centre. Statistics Canada.
- Dagum E. B. (1988) The X11-ARIMA/88 seasonal adjustment method. Foundations and user's manual. Time Series Research and Analysis Centre. Statistics Canada.
- Hamilton, J. (1994): "Time Series Analysis", Princeton University Press.
- INDEC (1999) Ajuste estacional de series elaboradas por INDEC. Estudios 33.