



Encuesta de CENTROS DE COMPRAS (Shopping Centers)

AGOSTO 2007

En el mes de agosto de 2007, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 31 centros de compras. De ellos, 16 se encuentran ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y los 15 restantes en el conurbano bonaerense

- Ventas a precios constantes desestacionalizadas:

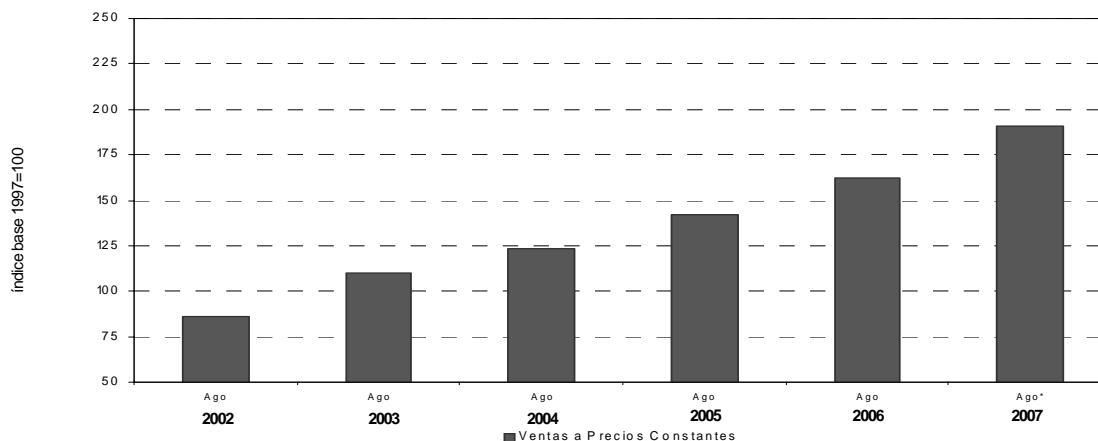
Las ventas desestacionalizadas a precios constantes subieron 1,8% con respecto a julio de 2007. La evolución interanual registró una variación positiva de 16,2%.

La tendencia ciclo aumentó 0,8% con relación al mes anterior.

Cuadro 1. Ventas a precios constantes. 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 |
| 2006 Ago | 9,1 | 0,7 | 14,6 |
| 2007 Jul | 0,3 | 1,1 | 24,6 |
| Ago* | 1,8 | 0,8 | 16,2 |

Gráfico 1. Evolución mensual de las series de ventas a precios constantes.



- Ventas a precios corrientes con estacionalidad:

Las ventas en agosto de 2007 alcanzaron a 500,2 millones de pesos, lo que significa un incremento de 26,1% con respecto a agosto de 2006. La variación interanual de las ventas de los primeros ocho meses del año 2007 fue de 27,9%.

Cuadro 2. Evolución de las ventas a precios corrientes. Variaciones porcentuales

| Período | Ventas a precios corrientes en millones de pesos | 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 |
| 2005 | 3.814,0 | 28,2 | /// | /// |
| 2006 | 4.752,2 | 24,6 | /// | /// |
| 2006 Ago | 396,8 | -7,1 | 26,8 | 25,8 |
| 2007 Jul | 564,1 | 6,6 | 30,7 | 28,2 |
| Ago* | 500,2 | -11,3 | 26,1 | 27,9 |

SERIE DE VENTAS A PRECIOS CORRIENTES SIN DESESTACIONALIZAR

Análisis de los resultados de Julio de 2007

En el mes de julio de 2007, las ventas totales de los 31 centros de compras ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y en los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires alcanzaron a \$ 564,1 millones. Esto representa un aumento de 6,6% respecto al mes anterior y un incremento de 30,7% respecto a julio de 2006. La variación interanual de las ventas de los primeros siete meses del año 2007 fue de 28,2%.

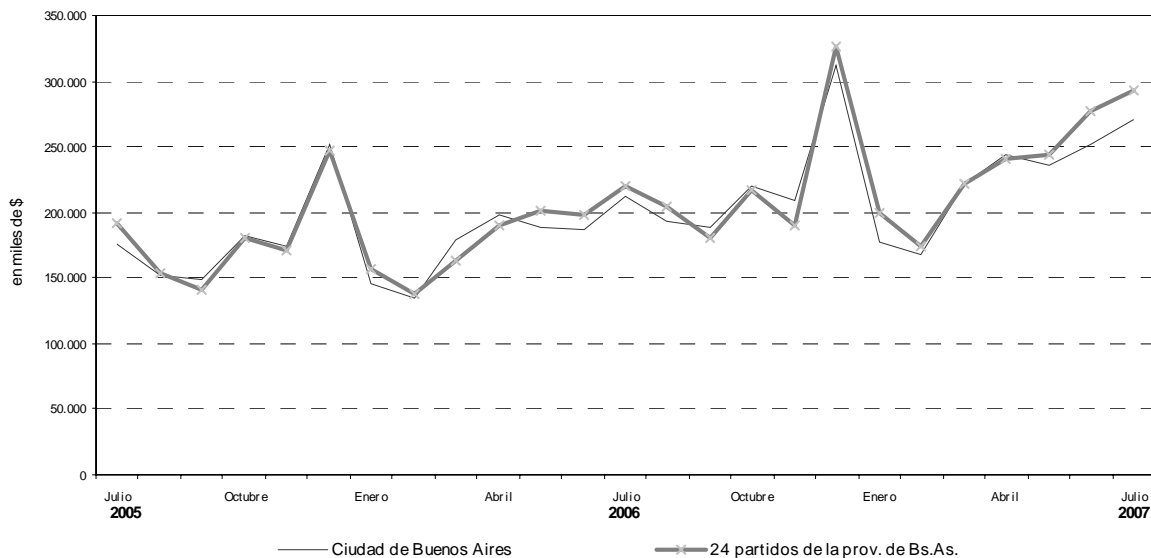
En la Ciudad de Buenos Aires, las ventas de julio de 2007 respecto al mes anterior subieron 7,5%, en tanto que para el mismo mes del año 2006 la variación fue de 27,8%.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, las ventas de julio de 2007 aumentaron 5,8% respecto a junio y para igual mes del año anterior se observa una variación de 33,5%.

Cuadro 3. Evolución de las ventas a precios corrientes, por jurisdicción. Variaciones porcentuales.

| Jurisdicción | Ventas a precios corrientes en miles de pesos | | | Variación porcentual | | |
|-----------------------------------|---|---------|---------|------------------------------|---|--|
| | 2006 | 2007 | | 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 |
| | Julio | Junio | Julio | | | |
| Total del Gran Bs.As. | 431.761 | 529.114 | 564.149 | 6,6 | 30,7 | 28,2 |
| Ciudad de Buenos Aires | 212.142 | 252.081 | 271.053 | 7,5 | 27,8 | 26,1 |
| 24 partidos de la prov. de Bs.As. | 219.619 | 277.033 | 293.096 | 5,8 | 33,5 | 30,2 |

Gráfico 2. Evolución mensual de las ventas totales a precios corrientes por jurisdicción



Signos convencionales

- * Dato provisorio
- Dato igual a cero
- Dato infimo, 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.

Si se comparan las ventas totales a precios corrientes de julio de 2007 con las de junio de 2007, se observan aumentos significativos en los siguientes rubros: Diversión (64,9%), Amoblamientos (52,4%), Patio de comidas (14,3%), Electrónicos (7,7%), Librería (7,0%) el resto no supera el 5%.

Si se tiene en cuenta la variación interanual de julio de 2007,

se observan variaciones positivas en todos los rubros; habiéndose observado las mayores subas en Electrónicos (51,2%), Ropa deportiva (43,7%), Perfumería (42,9%). Indumentaria (26,2%), este último rubro se vió influido positivamente por un cambio de comportamiento de los consumidores debido al adelanto de las liquidaciones.

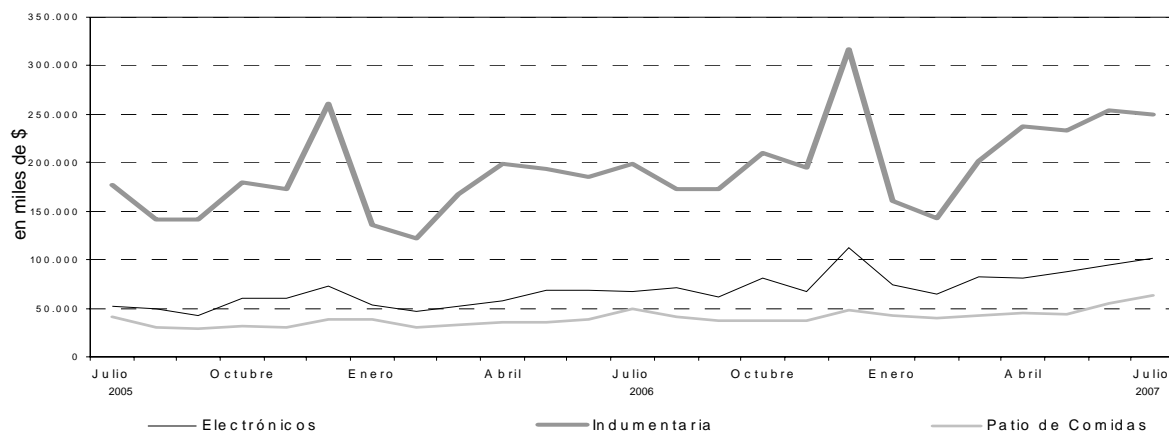
Cuadro 4. Evolución de las ventas a precios corrientes, por rubros, según jurisdicción. Variaciones porcentuales.

| Grupos de artículos | Ventas a precios corrientes en miles de pesos | | | Variación porcentual | | |
|--|---|---------|---------|------------------------------|---|--|
| | 2006 | 2007 | | 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 |
| | Julio | Junio | Julio | | | |
| Total del Gran Bs.As. | 431.761 | 529.114 | 564.149 | 6,6 | 30,7 | 28,2 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 198.422 | 253.586 | 250.466 | -1,2 | 26,2 | 23,1 |
| Ropa y accesorios deportivos | 27.857 | 39.830 | 40.039 | 0,5 | 43,7 | 33,5 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 22.043 | 17.476 | 26.633 | 52,4 | 20,8 | 27,6 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 49.560 | 54.704 | 62.540 | 14,3 | 26,2 | 25,9 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 67.052 | 94.122 | 101.365 | 7,7 | 51,2 | 41,2 |
| Juguetería | 6.308 | 6.798 | 6.456 | -5,0 | 2,3 | 18,1 |
| Librería y Papelería | 6.224 | 7.395 | 7.910 | 7,0 | 27,1 | 22,4 |
| Diversión y esparcimiento | 23.600 | 18.176 | 29.965 | 64,9 | 27,0 | 21,2 |
| Perfumería y Farmacia | 10.603 | 14.487 | 15.150 | 4,6 | 42,9 | 37,8 |
| Otros | 20.092 | 22.540 | 23.625 | 4,8 | 17,6 | 38,4 |
| Ciudad de Buenos Aires | 212.142 | 252.081 | 271.053 | 7,5 | 27,8 | 26,1 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 117.133 | 141.994 | 144.600 | 1,8 | 23,4 | 22,1 |
| Ropa y accesorios deportivos | 11.730 | 14.387 | 14.920 | 3,7 | 27,2 | 21,8 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 11.911 | 5.769 | 14.348 | 148,7 | 20,5 | 33,6 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 23.415 | 28.553 | 29.374 | 2,9 | 25,4 | 24,0 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 20.162 | 30.141 | 31.563 | 4,7 | 56,5 | 47,7 |
| Juguetería | 3.120 | 3.783 | 3.052 | -19,3 | -2,2 | 13,9 |
| Librería y Papelería | 3.810 | 4.276 | 4.772 | 11,6 | 25,2 | 23,8 |
| Diversión y esparcimiento | 6.173 | 5.140 | 8.784 | 70,9 | 42,3 | 35,8 |
| Perfumería y Farmacia | 7.032 | 9.614 | 10.429 | 8,5 | 48,3 | 40,9 |
| Otros | 7.656 | 8.424 | 9.211 | 9,3 | 20,3 | 16,7 |
| 24 partidos de la prov. de Bs.As. | 219.619 | 277.033 | 293.096 | 5,8 | 33,5 | 30,2 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 81.289 | 111.592 | 105.866 | -5,1 | 30,2 | 24,5 |
| Ropa y accesorios deportivos | 16.127 | 25.443 | 25.119 | -1,3 | 55,8 | 41,7 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 10.132 | 11.707 | 12.285 | 4,9 | 21,2 | 21,9 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 26.145 | 26.151 | 33.166 | 26,8 | 26,9 | 27,9 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 46.890 | 63.981 | 69.802 | 9,1 | 48,9 | 38,3 |
| Juguetería | 3.188 | 3.015 | 3.404 | 12,9 | 6,8 | 21,9 |
| Librería y Papelería | 2.414 | 3.119 | 3.138 | 0,6 | 30,0 | 20,5 |
| Diversión y esparcimiento | 17.427 | 13.036 | 21.181 | 62,5 | 21,5 | 15,6 |
| Perfumería y Farmacia | 3.571 | 4.873 | 4.721 | -3,1 | 32,2 | 32,0 |
| Otros | 12.436 | 14.116 | 14.414 | 2,1 | 15,9 | 57,4 |

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

| Grupos de artículos | Composición porcentual de las ventas | | |
|--|--------------------------------------|-------|-------|
| | 2006 | 2007 | |
| | Julio | Junio | Julio |
| Total del Gran Bs.As. | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 46,0 | 47,9 | 44,4 |
| Ropa y accesorios deportivos | 6,5 | 7,5 | 7,1 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 5,1 | 3,3 | 4,7 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 11,5 | 10,3 | 11,1 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 15,5 | 17,8 | 18,0 |
| Juguetería | 1,5 | 1,3 | 1,1 |
| Librería y Papelería | 1,4 | 1,4 | 1,4 |
| Diversión y esparcimiento | 5,5 | 3,4 | 5,3 |
| Perfumería y Farmacia | 2,5 | 2,7 | 2,7 |
| Otros | 4,7 | 4,3 | 4,2 |
| Ciudad de Buenos Aires | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 55,2 | 56,3 | 53,3 |
| Ropa y accesorios deportivos | 5,5 | 5,7 | 5,5 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 5,6 | 2,3 | 5,3 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 11,0 | 11,3 | 10,8 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 9,5 | 12,0 | 11,6 |
| Juguetería | 1,5 | 1,5 | 1,1 |
| Librería y Papelería | 1,8 | 1,7 | 1,8 |
| Diversión y esparcimiento | 2,9 | 2,0 | 3,2 |
| Perfumería y Farmacia | 3,3 | 3,8 | 3,8 |
| Otros | 3,6 | 3,3 | 3,4 |
| 24 partidos de la prov. de Bs.As. | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 37,0 | 40,3 | 36,1 |
| Ropa y accesorios deportivos | 7,3 | 9,2 | 8,6 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 4,6 | 4,2 | 4,2 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 11,9 | 9,4 | 11,3 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 21,4 | 23,1 | 23,8 |
| Juguetería | 1,5 | 1,1 | 1,2 |
| Librería y Papelería | 1,1 | 1,1 | 1,1 |
| Diversión y esparcimiento | 7,9 | 4,7 | 7,2 |
| Perfumería y Farmacia | 1,6 | 1,8 | 1,6 |
| Otros | 5,7 | 5,1 | 4,9 |

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



Cuadro 6. Evolución de los índices de precios implícitos de la Encuesta de Centros de compras
Índice base 1997=100

| | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------|
| | 100,0 | 97,6 | 93,8 | 90,2 | 86,5 | 116,1 | 135,8 | 146,4 | 185,2 | 183,4 | |
| Enero | 100,9 | 98,5 | 95,3 | 91,9 | 86,8 | 87,1 | 127,4 | 135,6 | 152,9 | 169,0 | 189,5 |
| Febrero | 100,3 | 98,0 | 94,4 | 91,4 | 85,1 | 88,9 | 127,3 | 134,2 | 151,5 | 167,8 | 188,8 |
| Marzo | 100,7 | 98,7 | 94,8 | 91,5 | 86,3 | 94,1 | 132,8 | 141,5 | 158,4 | 175,2 | 194,8 |
| Abril | 101,1 | 98,8 | 95,1 | 91,4 | 88,3 | 109,7 | 137,2 | 144,1 | 162,3 | 181,8 | 198,9 |
| Mayo | 101,0 | 98,7 | 94,9 | 91,1 | 88,6 | 114,9 | 137,8 | 146,3 | 163,2 | 185,2 | 200,2 |
| Junio | 100,8 | 98,4 | 94,7 | 90,7 | 88,1 | 119,1 | 137,6 | 146,8 | 163,5 | 184,7 | 200,6 |
| Julio | 100,1 | 97,7 | 93,9 | 90,2 | 87,3 | 119,8 | 134,3 | 144,2 | 159,9 | 181,3 | 196,4 |
| Agosto | 99,1 | 96,6 | 92,8 | 89,5 | 86,0 | 122,1 | 134,5 | 145,3 | 160,1 | 181,4 | 194,6 |
| Septiembre | 99,5 | 96,8 | 92,7 | 89,5 | 85,9 | 126,3 | 137,0 | 149,6 | 164,9 | 188,3 | |
| Octubre | 99,4 | 96,4 | 92,6 | 89,0 | 85,4 | 129,7 | 139,1 | 151,8 | 169,1 | 190,6 | |
| Noviembre | 99,3 | 96,2 | 92,5 | 88,6 | 85,3 | 130,1 | 138,8 | 152,8 | 171,2 | 192,0 | |
| Diciembre | 99,0 | 95,8 | 92,2 | 87,6 | 84,7 | 130,7 | 139,4 | 154,5 | 171,8 | 192,5 | |

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

| | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|------|
| | -2,4 | -3,9 | -3,8 | -4,1 | 34,2 | 17,0 | 7,8 | 11,5 | 12,4 | |
| | | | | en % | | | | | | |
| Enero | -2,4 | -3,2 | -3,6 | -5,5 | 0,3 | 46,3 | 6,4 | 12,8 | 10,5 | 12,1 |
| Febrero | -2,3 | -3,7 | -3,2 | -6,9 | 4,5 | 43,2 | 5,4 | 13,0 | 10,7 | 12,5 |
| Marzo | -2,0 | -4,0 | -3,5 | -5,7 | 9,0 | 41,1 | 6,6 | 11,9 | 10,6 | 11,2 |
| Abril | -2,3 | -3,7 | -3,9 | -3,4 | 24,2 | 25,1 | 5,0 | 12,7 | 12,0 | 9,4 |
| Mayo | -2,3 | -3,9 | -4,0 | -2,7 | 29,7 | 19,9 | 6,2 | 11,6 | 13,5 | 8,1 |
| Junio | -2,4 | -3,8 | -4,2 | -2,9 | 35,2 | 15,5 | 6,7 | 11,4 | 13,0 | 8,6 |
| Julio | -2,4 | -3,9 | -3,9 | -3,2 | 37,2 | 12,1 | 7,4 | 10,9 | 13,4 | 8,3 |
| Agosto | -2,5 | -3,9 | -3,6 | -3,9 | 42,0 | 10,2 | 8,0 | 10,2 | 13,3 | 7,2 |
| Septiembre | -2,7 | -4,2 | -3,5 | -4,0 | 47,0 | 8,5 | 9,2 | 10,2 | 14,2 | |
| Octubre | -3,0 | -3,9 | -3,9 | -4,0 | 51,9 | 7,2 | 9,1 | 11,4 | 12,7 | |
| Noviembre | -3,1 | -3,8 | -4,2 | -3,7 | 52,5 | 6,7 | 10,1 | 12,1 | 12,1 | |
| Diciembre | -3,2 | -3,8 | -5,0 | -3,3 | 54,3 | 6,7 | 10,8 | 11,2 | 12,0 | |

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

Cuadro 8. Ventas de Centros de Compras. Series a precios corrientes, a precios constantes, desestacionalizada a precios constantes y tendencia y sus variaciones. Indices 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 | | Serie | Variaciones porcentuales | |
| | | mensual | interanual | | mensual | interanual | | mensual | interanual | | mensual | interanual | | mensual | interanual |
| 2003 | Ago | 147,7 | -2,5 | 40,1 | 109,8 | -2,7 | 27,2 | 107,4 | 4,5 | 23,1 | 104,4 | 2,1 | 104,4 | 2,1 | 2,1 |
| | Sep | 124,8 | -15,5 | 29,1 | 91,1 | -17,0 | 18,9 | 107,7 | 0,3 | 23,0 | 106,7 | 2,2 | 106,7 | 2,2 | 2,2 |
| | Oct | 152,4 | 22,0 | 31,2 | 109,5 | 20,2 | 22,6 | 109,6 | 1,7 | 20,6 | 109,2 | 2,3 | 109,2 | 2,3 | 2,3 |
| | Nov | 150,6 | -1,1 | 35,0 | 108,6 | -0,8 | 26,6 | 113,3 | 3,4 | 22,1 | 111,9 | 2,4 | 111,9 | 2,4 | 2,4 |
| | Dic | 225,8 | 49,9 | 34,4 | 161,9 | 49,1 | 26,0 | 114,6 | 1,2 | 26,6 | 114,6 | 2,4 | 114,6 | 2,4 | 2,4 |
| 2004 | Ene | 135,3 | -40,1 | 43,3 | 99,8 | -38,4 | 34,5 | 117,6 | 2,5 | 28,8 | 117,2 | 2,3 | 117,2 | 2,3 | 2,3 |
| | Feb | 131,1 | -3,1 | 42,1 | 97,8 | -2,0 | 34,9 | 118,5 | 0,8 | 24,1 | 119,8 | 2,2 | 119,8 | 2,2 | 2,2 |
| | Mar | 153,2 | 16,8 | 23,1 | 108,2 | 10,6 | 15,5 | 118,0 | -0,4 | 21,1 | 122,1 | 1,9 | 122,1 | 1,9 | 1,9 |
| | Abr | 173,0 | 13,0 | 39,3 | 120,1 | 11,0 | 32,7 | 127,0 | 7,6 | 33,8 | 124,1 | 1,6 | 124,1 | 1,6 | 1,6 |
| | May | 183,1 | 5,9 | 42,5 | 125,2 | 4,2 | 34,2 | 128,3 | 1,1 | 34,2 | 125,7 | 1,3 | 125,7 | 1,3 | 1,3 |
| | Jun | 190,3 | 3,9 | 39,8 | 129,6 | 3,5 | 31,0 | 128,5 | 0,2 | 35,2 | 126,9 | 1,0 | 126,9 | 1,0 | 1,0 |
| | Jul | 202,9 | 6,6 | 33,8 | 140,7 | 8,6 | 24,6 | 125,9 | -2,1 | 22,5 | 128,0 | 0,8 | 128,0 | 0,8 | 0,8 |
| | Ago | 179,2 | -11,7 | 21,3 | 123,3 | -12,4 | 12,3 | 125,4 | -0,4 | 16,8 | 129,0 | 0,8 | 129,0 | 0,8 | 0,8 |
| | Sep | 168,0 | -6,3 | 34,6 | 112,3 | -8,9 | 23,3 | 130,6 | 4,2 | 21,3 | 130,2 | 0,9 | 130,2 | 0,9 | 0,9 |
| | Oct | 210,3 | 25,2 | 38,0 | 138,5 | 23,3 | 26,5 | 131,8 | 0,9 | 20,3 | 131,6 | 1,1 | 131,6 | 1,1 | 1,1 |
| | Nov | 187,5 | -10,8 | 24,5 | 122,7 | -11,4 | 13,0 | 135,1 | 2,5 | 19,3 | 133,2 | 1,2 | 133,2 | 1,2 | 1,2 |
| | Dic | 294,2 | 56,9 | 30,3 | 190,4 | 55,2 | 17,6 | 138,8 | 2,7 | 21,0 | 135,0 | 1,3 | 135,0 | 1,3 | 1,3 |
| 2005 | Ene | 182,4 | -38,0 | 34,7 | 119,2 | -37,4 | 19,4 | 139,3 | 0,4 | 18,5 | 136,7 | 1,3 | 136,7 | 1,3 | 1,3 |
| | Feb | 156,0 | -14,4 | 19,0 | 103,0 | -13,6 | 5,3 | 136,0 | -2,4 | 14,8 | 138,3 | 1,2 | 138,3 | 1,2 | 1,2 |
| | Mar | 201,5 | 29,1 | 31,6 | 127,2 | 23,5 | 17,6 | 139,7 | 2,7 | 18,3 | 139,8 | 1,1 | 139,8 | 1,1 | 1,1 |
| | Abr | 221,8 | 10,1 | 28,2 | 136,7 | 7,5 | 13,8 | 139,8 | 0,1 | 10,1 | 141,3 | 1,1 | 141,3 | 1,1 | 1,1 |
| | May | 220,3 | -0,7 | 20,3 | 135,0 | -1,2 | 7,8 | 142,6 | 2,0 | 11,2 | 143,0 | 1,2 | 143,0 | 1,2 | 1,2 |
| | Jun | 235,5 | 6,9 | 23,7 | 144,0 | 6,7 | 11,1 | 143,8 | 0,8 | 11,9 | 144,9 | 1,4 | 144,9 | 1,4 | 1,4 |
| | Jul | 273,7 | 16,2 | 34,9 | 171,1 | 18,8 | 21,6 | 148,5 | 3,3 | 18,0 | 147,1 | 1,5 | 147,1 | 1,5 | 1,5 |
| | Ago | 227,5 | -16,9 | 26,9 | 142,1 | -16,9 | 15,2 | 147,3 | -0,8 | 17,5 | 149,5 | 1,6 | 149,5 | 1,6 | 1,6 |
| | Sep | 215,9 | -5,1 | 28,5 | 130,9 | -7,9 | 16,6 | 153,0 | 3,8 | 17,1 | 152,0 | 1,6 | 152,0 | 1,6 | 1,6 |
| | Oct | 269,0 | 24,6 | 27,9 | 159,1 | 21,5 | 14,9 | 152,4 | -0,4 | 15,6 | 154,2 | 1,5 | 154,2 | 1,5 | 1,5 |
| | Nov | 256,0 | -4,8 | 36,5 | 149,5 | -6,0 | 21,8 | 161,7 | 6,1 | 19,7 | 156,1 | 1,2 | 156,1 | 1,2 | 1,2 |
| | Dic | 370,5 | 44,7 | 25,9 | 215,7 | 44,3 | 13,3 | 155,9 | -3,6 | 12,4 | 157,4 | 0,9 | 157,4 | 0,9 | 0,9 |
| 2006 | Ene | 225,5 | -39,1 | 23,6 | 133,4 | -38,2 | 11,9 | 160,0 | 2,6 | 14,8 | 158,3 | 0,6 | 158,3 | 0,6 | 0,6 |
| | Feb | 202,0 | -10,4 | 29,5 | 120,4 | -9,7 | 16,9 | 159,2 | -0,5 | 17,0 | 158,8 | 0,3 | 158,8 | 0,3 | 0,3 |
| | Mar | 253,4 | 25,5 | 25,8 | 144,7 | 20,2 | 13,8 | 157,6 | -1,0 | 12,8 | 159,1 | 0,2 | 159,1 | 0,2 | 0,2 |
| | Abr | 288,3 | 13,7 | 30,0 | 158,5 | 9,5 | 15,9 | 157,9 | 0,2 | 13,0 | 159,5 | 0,2 | 159,5 | 0,2 | 0,2 |
| | May | 289,1 | 0,3 | 31,2 | 156,1 | -1,5 | 15,6 | 162,4 | 2,8 | 13,9 | 159,9 | 0,3 | 159,9 | 0,3 | 0,3 |
| | Jun | 286,1 | -1,0 | 21,5 | 154,9 | -0,8 | 7,6 | 156,5 | -3,6 | 8,9 | 160,6 | 0,4 | 160,6 | 0,4 | 0,4 |
| | Jul | 320,4 | 12,0 | 17,1 | 176,7 | 14,1 | 3,3 | 154,6 | -1,2 | 4,1 | 161,5 | 0,6 | 161,5 | 0,6 | 0,6 |
| | Ago | 294,4 | -8,1 | 29,4 | 162,3 | -8,1 | 14,2 | 168,8 | 9,1 | 14,6 | 162,7 | 0,7 | 162,7 | 0,7 | 0,7 |
| | Sep | 273,6 | -7,1 | 26,8 | 145,3 | -10,5 | 11,0 | 164,3 | -2,7 | 7,4 | 164,1 | 0,9 | 164,1 | 0,9 | 0,9 |
| | Oct | 324,1 | 18,4 | 20,5 | 170,1 | 17,1 | 6,9 | 168,1 | 2,3 | 10,3 | 165,9 | 1,1 | 165,9 | 1,1 | 1,1 |
| | Nov | 295,7 | -8,8 | 15,5 | 154,0 | -9,5 | 3,0 | 166,5 | -0,9 | 3,0 | 168,1 | 1,4 | 168,1 | 1,4 | 1,4 |
| 2007 | Ene | 279,1 | -41,1 | 23,8 | 147,3 | -40,1 | 10,4 | 173,5 | 3,9 | 8,4 | 174,1 | 1,9 | 174,1 | 1,9 | 1,9 |
| | Feb | 253,2 | -9,3 | 25,4 | 134,2 | -8,9 | 11,5 | 177,4 | 2,3 | 11,4 | 177,7 | 2,0 | 177,7 | 2,0 | 2,0 |
| | Mar | 329,3 | 30,0 | 29,9 | 169,1 | 26,0 | 16,9 | 181,7 | 2,4 | 15,3 | 181,4 | 2,1 | 181,4 | 2,1 | 2,1 |
| | Abr | 360,5 | 9,5 | 25,1 | 181,2 | 7,2 | 14,3 | 185,7 | 2,2 | 17,6 | 184,9 | 1,9 | 184,9 | 1,9 | 1,9 |
| | May | 356,5 | -1,1 | 23,3 | 178,1 | -1,7 | 14,1 | 185,0 | -0,3 | 13,9 | 186,1 | 1,7 | 186,1 | 1,7 | 1,7 |
| | Jun | 392,6 | 10,1 | 37,2 | 195,7 | 9,9 | 26,3 | 190,2 | 3,9 | 22,8 | 190,7 | 1,4 | 190,7 | 1,4 | 1,4 |
| | Jul | 418,6 | 6,6 | 30,6 | 213,2 | 8,9 | 20,7 | 192,7 | 0,3 | 24,6 | 192,8 | 1,1 | 192,8 | 1,1 | 1,1 |
| | Ago* | 371,1 | -11,3 | 26,1 | 190,8 | -10,5 | 17,6 | 196,1 | 1,8 | 16,2 | 194,4 | 0,8 | 194,4 | 0,8 | 0,8 |

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

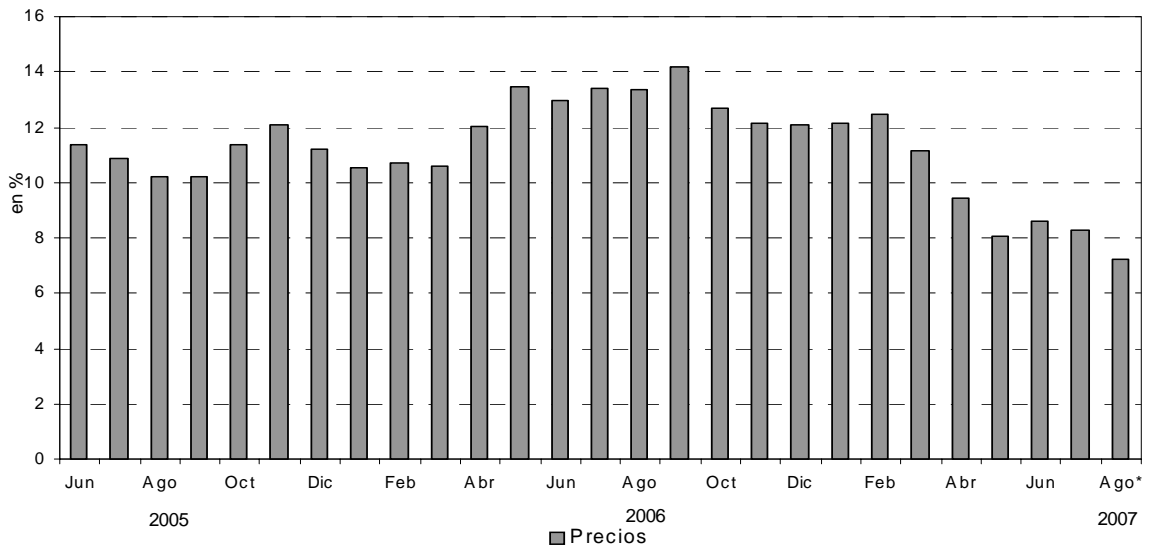
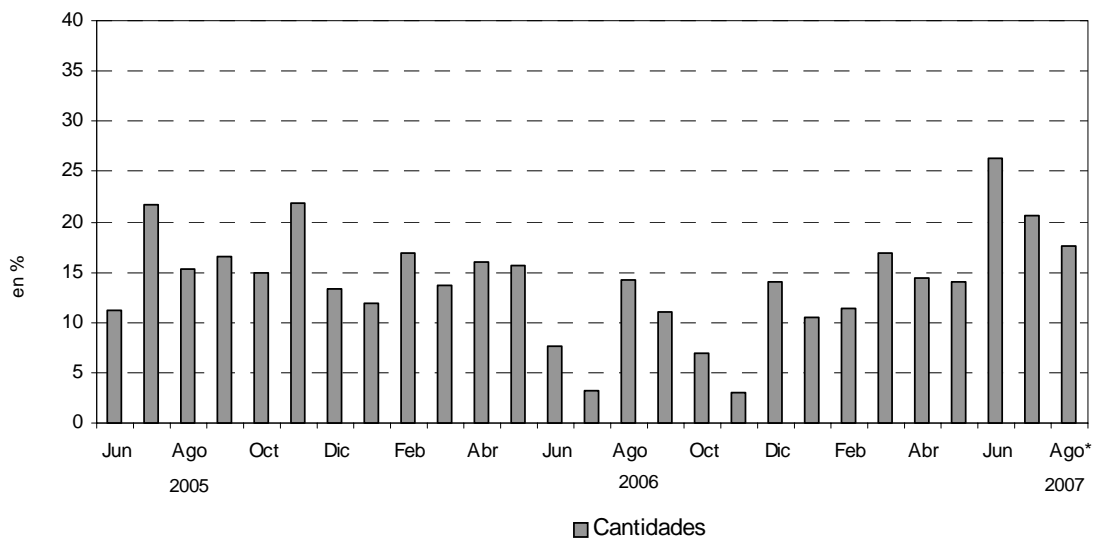


Gráfico 5. Cantidades, variación porcentual respecto a igual período del año anterior



En el mes de julio de 2007, la Encuesta de Centros de Compras (Shopping Centers) relevó 31 centros de compras. De ellos, 16 se encuentran ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y los 15 restantes en los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

En la Ciudad de Buenos Aires, 11 de los 16 centros de

compras tienen menos de 100 locales y los 5 restantes más de 100 locales.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, 10 de los 15 centros de compras tienen menos de 100 locales y los 5 restantes más de 100 locales.

Cuadro 9. Cantidad de Centros de Compras por jurisdicción y tamaño

| Período | Total | Cantidad de locales | | 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 | | | | | | | | | |
| 2006 | | | | | | | | | |
| Julio | 29 | 10 | 19 | 14 | 5 | 9 | 15 | 5 | 10 |
| 2007 | | | | | | | | | |
| Junio | 31 | 10 | 21 | 16 | 5 | 11 | 15 | 5 | 10 |
| Julio | 31 | 10 | 21 | 16 | 5 | 11 | 15 | 5 | 10 |

En estos Centros de compras, en el mes de julio de 2007 se encuentran ubicados 2.475 locales, de los cuales el 91,6% están en actividad e informan ventas, mientras que el 2,2% corresponde al rubro Otros (estudios jurídicos, consultorios médicos, etc.) y el 6,2% permanece inactivo especialmente por reformas.

Una situación similar se observa al analizar el área bruta locativa. En efecto, de un total de 457,0 miles de m², están en condición de activos con volumen de ventas disponibles el 91,9%, el 2,8% restante corresponde al rubro Otros, en tanto que el 5,3% está inactivo especialmente por reformas.

Cuadro 10. Condición de actividad de los locales y de su correspondiente área bruta locativa

| Período | Todos los locales | Locales activos | | | Locales inactivos | | | | |
|----------------------------|-------------------|-----------------|-----------------------------------|--------|-------------------|--------------------------|------------|---------------|--|
| | | Total | Con volumen de ventas disponibles | Otros | Total | Disponible para alquilar | En reforma | Otros motivos | |
| número | | | | | | | | | |
| Locales | | | | | | | | | |
| 2006 Julio | 2.443 | 2.267 | 2.214 | 53 | 176 | 142 | 19 | 15 | |
| 2007 Junio | 2.477 | 2.314 | 2.261 | 53 | 163 | 145 | 15 | 3 | |
| Julio | 2.475 | 2.321 | 2.266 | 55 | 154 | 138 | 13 | 3 | |
| Area Bruta Locativa | | | | | | | | | |
| 2006 Julio | 442.205 | 418.066 | 406.273 | 11.948 | 24.139 | 18.897 | 1.507 | 3.735 | |
| 2007 Junio | 452.657 | 430.881 | 416.843 | 14.038 | 21.776 | 20.529 | 1.105 | 142 | |
| Julio | 457.003 | 432.819 | 419.880 | 12.939 | 24.184 | 22.051 | 1.051 | 142 | |

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 en julio de 2006 un relevamiento de la cantidad de personas ocupadas.

Los resultados obtenidos pueden observarse en el cua-

dro que se presenta a continuación.

La ocupación global de los centros de compras se distribuye en locales comerciales (86,8%), administrativos (3,5%), tareas de vigilancia (4,4%), tareas de limpieza (4,5%) y otras tareas (0,9%).

Cuadro 11. Cantidad de ocupados en los Centros de Compras -Julio de 2006

| Jurisdicción | Total | Administrativos | Locales Comerciales | Vigilancia | Limpieza | Otros |
|---|--------|-----------------|---------------------|------------|----------|-------|
| número de personas | | | | | | |
| Total | 20.626 | 713 | 17.894 | 912 | 929 | 178 |
| Ciudad de Buenos Aires | 9.941 | 420 | 8.429 | 502 | 501 | 89 |
| 24 partidos de la prov. de Buenos Aires | 10.685 | 293 | 9.465 | 410 | 428 | 89 |

En términos de cantidad de locales, el rubro que tiene la mayor participación corresponde a Indumentaria (48,8%), Patio de comidas (15,8%), Otros (10,5%) y Amoblamientos (7,6%), mientras que el resto no supera el 5%.

En la Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (51,9%), Patio de comidas (15,1%), Otros (8,8%) y Amoblamientos (8,2%); el resto no supera el 5%.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (45,6%), Patio de comidas (16,5%), Otros (12,4%), Amoblamientos (7,0%) y Ropa deportiva (5,6%); el resto no supera el 5%.

La cantidad de locales activos en julio de 2007 se incrementó con respecto a julio de 2006 en un 2,3%.

Cuadro 12. Cantidad de locales activos por rubro según jurisdicción

| Grupos de artículos | Cantidad de locales activos | | |
|--|-----------------------------|-------|-------|
| | 2006 | 2007 | |
| | Julio | Junio | Julio |
| Total del Gran Bs.As. | 2.214 | 2.261 | 2.266 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 1.104 | 1.103 | 1.106 |
| Ropa y accesorios deportivos | 94 | 103 | 104 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 159 | 174 | 172 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 351 | 358 | 358 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 68 | 70 | 75 |
| Juguetería | 36 | 34 | 36 |
| Librería y Papelería | 40 | 42 | 42 |
| Diversión y esparcimiento | 62 | 65 | 65 |
| Perfumería y Farmacia | 71 | 76 | 72 |
| Otros | 229 | 236 | 239 |
| Ciudad de Buenos Aires | 1.123 | 1.153 | 1.150 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 605 | 598 | 597 |
| Ropa y accesorios deportivos | 38 | 40 | 41 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 81 | 95 | 94 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 166 | 174 | 174 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 29 | 30 | 30 |
| Juguetería | 18 | 17 | 18 |
| Librería y Papelería | 20 | 22 | 22 |
| Diversión y esparcimiento | 26 | 26 | 27 |
| Perfumería y Farmacia | 46 | 50 | 46 |
| Otros | 94 | 101 | 101 |
| 24 partidos de la prov. de Bs.As. | 1.091 | 1.108 | 1.116 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 499 | 505 | 509 |
| Ropa y accesorios deportivos | 56 | 63 | 63 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 78 | 79 | 78 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 185 | 184 | 184 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 39 | 40 | 42 |
| Juguetería | 18 | 17 | 18 |
| Librería y Papelería | 20 | 20 | 20 |
| Diversión y esparcimiento | 36 | 39 | 38 |
| Perfumería y Farmacia | 25 | 26 | 26 |
| Otros | 135 | 135 | 138 |

Teniendo en cuenta la composición por rubro del área bruta locativa total, se observa que la mayor participación corresponde al rubro Diversión (29,2%), seguido por Indumentaria (27,0%), Patio de comidas (11,7%), Amoblamientos (9,4%), Electrónicos (6,0%), Otros (5,9%) y Ropa deportiva (5,4%), mientras que el resto no supera el 5%.

En la Ciudad de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Indumentaria (33,5%), Diversión (21,9%), Patio de comidas (13,1%),

Amoblamientos (7,6%), Otros (6,5%) y Electrónicos (5,5%), mientras que el resto no supera el 5%.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, los rubros que tienen mayor participación son Diversión (34,0%), Indumentaria (22,8%), Patio de comidas (10,9%), Amoblamientos (10,6%), Electrónicos (6,3%) y Ropa deportiva (5,7%) y Otros (5,5%), en tanto que el resto no supera el 5%.

El área bruta locativa de julio de 2007 con respecto a julio 2006 se incrementó en un 3,3%.

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

| Grupos de artículos | Metros cuadrados | | |
|--|------------------|---------|---------|
| | 2006 | 2007 | |
| | Julio | Junio | Julio |
| Total del Gran Bs.As. | 406.273 | 416.843 | 419.880 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 111.174 | 112.603 | 113.535 |
| Ropa y accesorios deportivos | 20.708 | 22.571 | 22.739 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 39.553 | 40.536 | 39.592 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 48.150 | 48.797 | 49.326 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 24.285 | 24.293 | 25.279 |
| Juguetería | 6.798 | 6.437 | 6.684 |
| Librería y Papelería | 6.992 | 7.414 | 7.414 |
| Diversión y esparcimiento | 117.618 | 123.489 | 122.754 |
| Perfumería y Farmacia | 7.570 | 7.794 | 7.741 |
| Otros | 23.425 | 22.909 | 24.816 |
| Ciudad de Buenos Aires | 157.169 | 163.499 | 165.113 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 53.899 | 54.759 | 55.362 |
| Ropa y accesorios deportivos | 7.611 | 8.066 | 8.252 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 12.271 | 12.798 | 12.594 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 20.661 | 21.121 | 21.683 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 8.558 | 9.125 | 9.157 |
| Juguetería | 2.092 | 1.833 | 2.002 |
| Librería y Papelería | 4.198 | 4.515 | 4.515 |
| Diversión y esparcimiento | 33.106 | 35.959 | 36.204 |
| Perfumería y Farmacia | 4.324 | 4.600 | 4.547 |
| Otros | 10.449 | 10.723 | 10.797 |
| 24 partidos de la prov. de Bs.As. | 249.104 | 253.344 | 254.767 |
| Indumentaria calzado y marroquinería | 57.275 | 57.844 | 58.173 |
| Ropa y accesorios deportivos | 13.097 | 14.505 | 14.487 |
| Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar | 27.282 | 27.738 | 26.998 |
| Patio de comidas, alimentos y kioscos | 27.489 | 27.676 | 27.643 |
| Electrónicos, CD, electrodomésticos y computación | 15.727 | 15.168 | 16.122 |
| Juguetería | 4.706 | 4.604 | 4.682 |
| Librería y Papelería | 2.794 | 2.899 | 2.899 |
| Diversión y esparcimiento | 84.512 | 87.530 | 86.550 |
| Perfumería y Farmacia | 3.246 | 3.194 | 3.194 |
| Otros | 12.976 | 12.186 | 14.019 |

Cuadro 14. Ventas promedio por local activo¹ 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 \$ | | | | | | | | | | | |
| Total del Gran Buenos Aires | | | | | | | | | | | |
| 2006 Julio | 195,0 | 179,7 | 236,4 | 138,6 | 141,2 | 986,1 | 175,2 | 155,6 | 380,6 | 149,3 | 87,7 |
| 2007 Junio | 234,0 | 229,9 | 386,7 | 100,4 | 152,8 | 1344,6 | 199,9 | 176,1 | 279,6 | 190,6 | 95,5 |
| Julio | 249,0 | 226,5 | 385,0 | 154,8 | 174,7 | 1351,5 | 179,3 | 188,3 | 461,0 | 210,4 | 98,8 |
| Ciudad de Buenos Aires | | | | | | | | | | | |
| 2006 Julio | 188,9 | 193,6 | 308,7 | 147,0 | 141,1 | 695,2 | 173,3 | 190,5 | 237,4 | 152,9 | 81,4 |
| 2007 Junio | 218,6 | 237,4 | 369,7 | 60,7 | 164,1 | 1004,7 | 222,5 | 194,4 | 197,7 | 192,3 | 83,4 |
| Julio | 235,7 | 242,2 | 363,9 | 152,6 | 168,8 | 1052,1 | 169,6 | 216,9 | 325,3 | 226,7 | 91,2 |
| 24 partidos de la provincia de Buenos Aires | | | | | | | | | | | |
| 2006 Julio | 201,3 | 162,9 | 288,0 | 129,9 | 141,3 | 1202,3 | 177,1 | 120,7 | 484,1 | 142,8 | 92,1 |
| 2007 Junio | 250,0 | 221,0 | 403,9 | 148,2 | 142,1 | 1599,5 | 177,4 | 156,0 | 334,3 | 187,4 | 104,6 |
| Julio | 262,6 | 208,0 | 398,7 | 157,5 | 180,3 | 1662,0 | 189,1 | 156,9 | 557,4 | 181,6 | 104,4 |

¹Comprende los locales activos con volumen de ventas disponible.

Cuadro 15. Ventas promedio por m² 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 \$ | | | | | | | | | | | |
| Total del Gran Buenos Aires | | | | | | | | | | | |
| 2006 Julio | 1.063 | 1.785 | 1.345 | 557 | 1.029 | 2.761 | 928 | 890 | 201 | 1.401 | 858 |
| 2007 Junio | 1.269 | 2.252 | 1.765 | 431 | 1.121 | 3.874 | 1.056 | 997 | 147 | 1.859 | 984 |
| Julio | 1.344 | 2.206 | 1.761 | 673 | 1.268 | 4.010 | 966 | 1.057 | 244 | 1.957 | 952 |
| Ciudad de Buenos Aires | | | | | | | | | | | |
| 2006 Julio | 1.350 | 2.173 | 1.541 | 971 | 1.133 | 2.356 | 1.491 | 908 | 186 | 1.626 | 733 |
| 2007 Junio | 1.542 | 2.583 | 1.784 | 451 | 1.352 | 3.303 | 2.064 | 947 | 143 | 2.090 | 786 |
| Julio | 1.642 | 2.612 | 1.808 | 1.139 | 1.355 | 3.447 | 1.524 | 1.057 | 243 | 2.294 | 853 |
| 24 partidos de la provincia de Buenos Aires | | | | | | | | | | | |
| 2006 Julio | 882 | 1.419 | 1.231 | 371 | 951 | 2.981 | 677 | 864 | 206 | 1.100 | 958 |
| 2007 Junio | 1.094 | 1.929 | 1.754 | 422 | 945 | 4.218 | 655 | 1.076 | 149 | 1.526 | 1.158 |
| Julio | 1.150 | 1.820 | 1.734 | 455 | 1.200 | 4.330 | 727 | 1.082 | 245 | 1.478 | 1.028 |

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

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

| Período | Cantidad de salas cinematográficas | Cantidad de espectadores | Cantidad promedio de espectadores por sala |
|--|------------------------------------|--------------------------|--|
| Total del Gran Buenos Aires | | número | |
| 2006 Julio | 148 | 1.862.468 | 12.584 |
| 2007 Junio | 152 | 1.246.058 | 8.198 |
| Julio | 155 | 2.036.165 | 13.137 |
| Ciudad de Buenos Aires | | | |
| 2006 Julio | 35 | 480.202 | 13.720 |
| 2007 Junio | 39 | 416.306 | 10.675 |
| Julio | 42 | 631.745 | 15.042 |
| 24 partidos de la provincia de Buenos Aires | | | |
| 2006 Julio | 113 | 1.382.266 | 12.232 |
| 2007 Junio | 113 | 829.752 | 7.343 |
| Julio | 113 | 1.404.420 | 12.428 |

La concurrencia a las 155 salas cinematográficas en el mes de julio de 2007 fue de 2.036.165 espectadores, en tanto que el promedio por sala fue de 13.137 personas.

En la Ciudad de Buenos Aires, la cantidad de salas asciende a 42 y los espectadores alcanzaron a 631.745 con una cantidad promedio de 15.042 personas por sala.

En los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires, la cantidad de salas asciende a 113, los espectadores fueron 1.404.420 y el promedio de personas por sala fue de 12.428.

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

| Período | Total del Gran Buenos Aires | Ciudad de Buenos Aires | 24 partidos de la provincia de Buenos Aires |
|------------------------------------|-----------------------------|------------------------|---|
| Total del Gran Buenos Aires | | número | |
| 2006 Julio | 1.280 | 743 | 537 |
| 2007 Junio | 1.218 | 753 | 465 |
| Julio | 1.215 | 748 | 467 |

El personal ocupado total en el mes de julio de 2007 alcanzó a 1.215 personas. Si se compara con julio de 2006, la ocupación disminuyó un 5,1%.

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

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

| Período | Total del Gran Buenos Aires | Ciudad de Buenos Aires | 24 partidos de la provincia de Buenos Aires |
|------------------------------------|-----------------------------|------------------------|---|
| Total del Gran Buenos Aires | | en miles de \$ | |
| 2006 Julio | 38.662 | 21.196 | 17.466 |
| 2007 Junio | 45.512 | 26.299 | 19.213 |
| Julio | 49.389 | 29.693 | 19.696 |

Los ingresos obtenidos por la administración de los Centros de Compras alcanzaron a \$49,4 millones, correspondiendo \$29,7 millones de pesos a la Ciudad de Buenos Aires y \$19,7 millones a los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires.

Si se los compara con julio de 2006, se observa una variación positiva de un 27,7%.

SINTESIS METODOLOGICA

Características del ajuste estacional:

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

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

Estimación de la Tendencia – Ciclo:

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

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